

Gutachterbericht

Hochschule:

Fachhochschule des Mittelstandes
Standort: Bielefeld

Bachelor-Studiengang:

Kommunikationsdesign & Werbung

Abschlussgrad:

Bachelor of Arts (B.A.)

Kurzbeschreibung des Studienganges:

Der Studiengang soll für eine Fach- oder Führungs-Tätigkeit im Kommunikationsdesign- und Werbemarkt qualifizieren. Er verfolgt das Ziel, den Studierenden sowohl wissenschaftlich fundierte Kompetenzen als auch anwendungsorientierte Qualifikationen im Kommunikationsdesign und der Werbung zu vermitteln, um sie in die Lage zu versetzen, Fach- und Leitungsfunktionen in diesem Berufsfeld verantwortlich wahrnehmen zu können. Dabei sollen die Studierenden auch Fähigkeiten und Fertigkeiten in den Bereichen der sozial-kommunikativen Kompetenz und der Aktivitäts- und Handlungskompetenz erlangen.

Datum der Verfahrenseröffnung:

29. Februar 2012

Datum der Einreichung der Unterlagen:

2. März 2012

Datum der Begutachtung vor Ort (BvO):

18./19. April 2012

Akkreditierungsart:

Re-Akkreditierung

Akkreditiert im Cluster 1 mit:**Cluster 1:**

Creative Communication & Social Media Management (M.A.)

Cluster 2:

Marketingmanagement (B.A.)

Leasing & Finance (B.A.)

Mittelstandsmanagement (M.A.)

Entrepreneurship & Management (MBA)

Zuordnung des Studienganges:

grundständig

Studiendauer (Vollzeitäquivalent):

9 Trimester (drei Jahre)

Studienform:

Vollzeit

Erstmaliger Start des Studienganges:

WS 2007/08

Aufnahmekapazität:

40 Studierende pro Studiengruppe

Start zum:

Wintertrimester

Zügigkeit (geplante Anzahl der parallel laufenden Jahrgänge):

nach Bedarf (max. 40 Studierende pro Studiengruppe)

Studienanfängerzahl:

Okt. 2008: 14 Studierende

Okt. 2009: 13 Studierende

Okt. 2010: 12 Studierende

Okt. 2011: 10 Studierende

Umfang der ECTS-Punkte des Studienganges:

180

Stunden (Workload) pro ECTS-Punkt:

25

Bei Re-Akkreditierung:

für statistische Angaben siehe S. 10ff

Datum der Sitzung der FIBAA-Akkreditierungskommission:

19./20. Juli 2012

Beschluss:

Der Studiengang wird gemäß Abs. 3.1.2 i.V.m. Abs. 3.2.1 der Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung i.d.F. vom 23. Februar 2012 mit einer Auflage für sieben Jahre re-akkreditiert.

Akkreditierungszeitraum:

19. Juli 2012 bis Ende Sommertrimester 2019

Auflage:

Die Studien- und Prüfungsordnung ist gemäß folgenden Regelungen zu überarbeiten bzw. zu aktualisieren:

- Die wechselseitige Anerkennung von Modulen bei Hochschul- und Studiengangswechsel beruht auf der Qualität akkreditierter Studiengänge und der Leistungsfähigkeit staatlicher oder akkreditierter nicht staatlicher Hochschulen im Hinblick auf die erworbenen Kompetenzen der Studierenden (Lernergebnisse) entsprechend den Regelungen der Lissabon-Konvention (Art. III). Demzufolge ist die Anerkennung zu erteilen, sofern keine wesentlichen Unterschiede hinsichtlich der erworbenen Kompetenzen bestehen (Art. V) (vgl. „Regeln für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung vom 08.12.2009 i. d. F. vom 23.02.2012; Kriterium 2.3).
- Anrechnung von außerhochschulisch erworbenen Kompetenzen kann höchstens 50 % des Studiums ersetzen (vgl. Anrechnung von außerhalb des Hochschulwesens erworbenen Kenntnissen und Fähigkeiten auf ein Hochschulstudium (I), Beschluss der Kultusministerkonferenz vom 28.06.2002).
- Der Arbeitsaufwand für die Bachelor-Arbeit und das Kolloquium ist getrennt auszuweisen (vgl. Ländergemeinsame Strukturvorgaben für die Akkreditierung von Bachelor- und Masterstudiengängen vom 10.10.2003 i.d.F.v. 4.2.2010).
- Die Prüfungsordnung ist einer Rechtsprüfung zu unterziehen und es ist eine Bescheinigung über die erfolgte Rechtsprüfung vorzulegen. Die überarbeitete Prüfungsordnung ist zu verabschieden und die in Kraft getretene Version ist vorzulegen (vgl. „Rahmenvorgaben für die Einführung von Leistungspunktsystemen und die Modularisierung von Studiengängen“ der Kultusministerkonferenz i.d.F. vom 22. Oktober 2004 i.V.m Regeln für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung vom 08.12.2009 i. d. F. vom 23.02.2012; Kriterium 2.5).

Die Auflage ist erfüllt.

Die FIBAA-Akkreditierungskommission am 11./12. Juli 2013.

Betreuerin:

Brankica Assenmacher M.A.

Gutachter:**Prof. Dr. Axel Mattenklott**

Johannes Gutenberg-Universität Mainz

Markt- und Kommunikationspsychologie, Medienwirkung, Werbung

Prof. Dr. Eckhard Rocholl

Mediadesign Hochschule München

Kommunikationsdesign, Mediendesign, Grafikdesign

Günter Moeller

hm+p Herrmann, Moeller + Partner, München

Produkt-, Sortiments-, Design- und Markenmanagement

Karin Schönhofer

Universität Wien

Studierende der Kommunikationswissenschaften

Zusammenfassung¹

Bei der Bewertung wurden die Selbstdokumentation, die Ergebnisse der Begutachtung vor Ort und die Stellungnahme der Hochschule vom 10. Juli 2012 berücksichtigt.

Der Bachelor-Studiengang Kommunikationsdesign und Werbung der Fachhochschule des Mittelstandes Bielefeld, Standort Bielefeld, erfüllt mit vier Ausnahmen die Qualitätsanforderungen für Bachelor-Studiengänge und kann von der Foundation for International Business Administration Accreditation (FIBAA) im Auftrag der Stiftung zur Akkreditierung von Studiengängen in Deutschland unter einer Auflage re-akkreditiert werden.

Der Studiengang entspricht mit drei Ausnahmen den Strukturvorgaben der Kultusministerkonferenz (KMK), den zwei Ausnahmen Anforderungen des Akkreditierungsrates sowie den Anforderungen des nationalen Qualifikationsrahmens in der zum Zeitpunkt der Verfahrenseröffnung geltenden Fassung. Er ist modular gegliedert, mit ECTS-Punkten versehen und schließt mit dem akademischen Grad „Bachelor of Arts“ ab. Der Grad wird von der Hochschule verliehen.

Handlungsbedarf sehen die Gutachter hinsichtlich der Studien- und Prüfungsordnung. Daher empfehlen sie, die Akkreditierung mit der folgenden Auflage zu verbinden:

Die Studien- und Prüfungsordnung ist gemäß folgenden Regelungen zu überarbeiten bzw. zu aktualisieren:

- Die wechselseitige Anerkennung von Modulen bei Hochschul- und Studiengangswechsel beruht auf der Qualität akkreditierter Studiengänge und der Leistungsfähigkeit staatlicher oder akkreditierter nicht staatlicher Hochschulen im Hinblick auf die erworbenen Kompetenzen der Studierenden (Lernergebnisse) entsprechend den Regelungen der Lissabon-Konvention (Art. III). Demzufolge ist die Anerkennung zu erteilen, sofern keine wesentlichen Unterschiede hinsichtlich der erworbenen Kompetenzen bestehen (Art. V) (vgl. „Regeln für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung vom 08.12.2009 i. d. F. vom 23.02.2012; Kriterium 2.3).
- Anrechnung von außerhochschulisch erworbenen Kompetenzen kann höchstens 50 % des Studiums ersetzen (vgl. Anrechnung von außerhalb des Hochschulwesens erworbenen Kenntnissen und Fähigkeiten auf ein Hochschulstudium (I), Beschluss der Kultusministerkonferenz vom 28.06.2002).
- Der Arbeitsaufwand für die Bachelor-Arbeit und das Kolloquium ist getrennt auszuweisen (vgl. Ländergemeinsame Strukturvorgaben für die Akkreditierung von Bachelor- und Masterstudiengängen vom 10.10.2003 i.d.F.v. 4.2.2010).
- Die Prüfungsordnung ist einer Rechtsprüfung zu unterziehen und es ist eine Bescheinigung über die erfolgte Rechtsprüfung vorzulegen. Die überarbeitete Prüfungsordnung ist zu verabschieden und die in Kraft getretene Version ist vorzulegen (vgl. „Rahmenvorgaben für die Einführung von Leistungspunktsystemen und die Modularisierung von Studiengängen“ der Kultusministerkonferenz i.d.F. vom 22. Oktober 2004 i.V.m Regeln für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung vom 08.12.2009 i. d. F. vom 23.02.2012; Kriterium 2.5).

Die Erfüllung der Auflage ist bis zum 19. April 2013 nachzuweisen.

Die Gutachter sind der Ansicht, dass die aufgezeigten Mängel innerhalb von neun Monaten behebbar sind, weshalb sie eine Akkreditierung unter Auflagen empfehlen (vgl. Abs. 3.1.2 der Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung i.d.F. vom 23. Februar 2012).

¹ Lediglich zur Vereinfachung der Lesbarkeit des Gutachterberichtes erfolgt im Folgenden keine geschlechtsneutrale Differenzierung, sondern wird ausschließlich die männliche Form verwendet. Selbstverständlich ist seine Ausrichtung in jedem Fall geschlechtsunabhängig.

Zur Gesamtbewertung siehe das Qualitätsprofil im Anhang.

Informationen zur Institution

Die Fachhochschule des Mittelstandes (FHM) gGmbH wurde im Jahr 2000 auf der Grundlage des Hochschulgesetzes Nordrhein-Westfalen vom 1. April 2000 als Wirtschaftshochschule für den Mittelstand gegründet. Mit Bescheid des Landes Nordrhein-Westfalen vom 2. Mai 2000 wurde die Hochschule staatlich anerkannt und nahm im Oktober desselben Jahres ihren Studienbetrieb auf. Im Juli 2007 wurde die FHM für zehn Jahre vom Wissenschaftsrat institutionell akkreditiert. Vom größten und ältesten Standort in Bielefeld ausgehend entwickelte die FHM den Standort in Köln (FHM Köln). Daneben verfolgt die FHM Pulheim als weiterer Standort seit 2010 die Qualifizierung von künftigen Fach- und Führungskräften im MINT-Segment in Rhein-Erft. Hier sind die technologieorientierten Studiengänge vertreten. Im Oktober 2011 wurde am Standort FHM Hannover der Vorlesungsbetrieb mit grundständigen Studiengängen aufgenommen.

Die Fachhochschule des Mittelstandes (FHM) versteht sich als Fachhochschule vom Mittelstand für den Mittelstand. Ziel der Hochschule ist es, Studierende zu Fach- und Führungskräften, zu Managern und Unternehmern in den Bereichen Wirtschaft, Medien, Kommunikation, Personal, Gesundheit und Soziales auszubilden.

Im Rahmen ihrer Zielsetzung bereitet die FHM durch anwendungsbezogene Studiengänge auf berufliche und unternehmerische Tätigkeiten vor, die die Anwendung wissenschaftlicher Erkenntnisse und Methoden erfordern. Das Studienkonzept der FHM beinhaltet eine hohe Berufsorientierung, eine individuelle Betreuung und kleine Studiengruppen.

In enger Zusammenarbeit mit Unternehmen, Verbänden und öffentlichen Einrichtungen entwickelt und realisiert die Hochschule nach eigenen Angaben wissenschaftlich fundierte Studien- und Weiterbildungsangebote sowie Forschungs- und Entwicklungsprojekte. Die FHM verleiht staatlich und international anerkannte Hochschulabschlüsse. Sie ist nach eigenem Bekunden regional verankert und international ausgerichtet.

Aktuell bietet die FHM folgende Studiengänge an:

Fachbereich Wirtschaft

Titel	Abschluss	Typ
B.A.	Banking & Finance	grundständig
B.A.	Baubetriebsmanagement	grundständig
B.A.	Betriebswirtschaft	grundständig
B.A.	Betriebswirtschaft im Fernstudium	grundständig
B.A.	Energiemanagement	grundständig
B.A.	Handwerksmanagement	grundständig
B.A.	International Business Administration	grundständig
B.A.	Marketingmanagement	grundständig
B.A.	Veranstaltungstechnik & -management	grundständig
B.Eng.	Technologiemanagement	grundständig
M.A.	International Management	konsekutiv, stärker anwendungsorientiert
M.A.	Mittelstandsmanagement	konsekutiv, stärker anwendungsorientiert
MBA	Unternehmensführung in der mittelständischen Wirtschaft	weiterbildend, stärker anwendungsorientiert

Fachbereich Medien

Titel	Abschluss	Typ
B.A.	Eventmanagement & Entertainment	grundständig
B.A.	Kommunikationsdesign & Werbung	grundständig
B.A.	Medienkommunikation & Journalismus	grundständig
B.A.	Medienwirtschaft	grundständig
B.A.	Medienwirtschaft im Fernstudium	grundständig
M.A.	New Media Management	weiterbildend, stärker anwendungsorientiert
M.A.	Unternehmenskommunikation	weiterbildend, stärker anwendungsorientiert
M.A.	Crossmedia & Communication Management	konsekutiv, stärker anwen- dungsorientiert

Fachbereich Personal/Gesundheit/Soziales

Titel	Abschluss	Typ
B.A.	Altenpflege-Management	grundständig
B.A.	Gesundheitswirtschaft	grundständig
B.A.	Kindheitspädagogik	grundständig
B.A.	Personalmanagement	grundständig
B.A.	Sozialpädagogik & Management	grundständig
B.A.	Tourismusmanagement	grundständig

Weiterentwicklung des Studienganges, Umsetzung von Empfehlungen bei bereits erfolgter Akkreditierung, statistische Daten und Evaluationsergebnisse

Die Erst-Akkreditierung des Studienganges erfolgte im September 2007 für Vollzeit und Teilzeit mit der Akkreditierungsdauer von WS 2007/08 bis WS 2012/13. Die Akkreditierung wurde ohne Auflagen ausgesprochen. Entwicklungspotenzial sahen die Gutachter vor allem bei der Ablauforganisation für das Studiengangsmanagement und der Formalisierung von Entscheidungsprozessen.

Die im Folgenden dargestellten Modifikationen ergeben sich im Wesentlichen aus den Ergebnissen der unterschiedlichen qualitativen und quantitativen Evaluationsverfahren, die an der FHM zum Einsatz kommen (vgl. Kapitel 5).

Im Rahmen der Weiterentwicklung des Curriculums sind einige Veranstaltungen neu konzipiert, so dass nun jedes Modul gemäß KMK-Beschluss vom 04.02.2010 über mindestens 5 CP verfügt. Ebenso wurden Anpassungen hinsichtlich einer realistischeren Arbeitsbelastung vorgenommen (vgl. hierzu die nachstehende Tabelle).

Zudem wurde das Curriculum in Folge der regelmäßig stattfindenden Fachbereichssitzungen der Professoren des Fachbereichs Medien, der inhaltlichen Abstimmungsgespräche mit den Lehrbeauftragten des Studienganges im interdisziplinären Austausch, qualitativer Rückmeldungen von Studierenden in Studiengruppensitzungen und im Rahmen von Lehrevaluationen sowie in Folge der Ergebnisse der jährlichen Befragung von Studierenden der Bachelor-Studiengänge im Abschlusstrimester zum Thema „Übergang vom Bachelor in den Master“ wie folgt angepasst:

- Einzelne Module in den Kompetenzbereichen „Personale und soziale Kompetenz“ und „Aktivitäts- und Handlungskompetenz“ wurden in ihrem Umfang zugunsten von

Fachkompetenzen reduziert. Dabei handelt es sich insbesondere um die Module „Wirtschaftsenglisch I“, „Wirtschaftsenglisch II“, „Selbstmanagement & Selbstmarketing“ sowie „Strategische Karriereplanung“.

- Die Module „Wissenschaftliches Arbeiten I“ „Wissenschaftliches Arbeiten II“ wurden zusammengelegt und insgesamt um 30 Unterrichtsstunden reduziert. Der Schwerpunkt dieses Moduls wurde auf die qualitativen Untersuchungsmethoden verlagert.
- Für das Modul „Studium in der Praxis“ (sog. SiP-Phase), in dem die Studierenden im Rahmen einer Praxisphase ein eigenes Projekt durchführen und wissenschaftlich reflektieren müssen, wurde die Arbeitsbelastung von bisher 18 CP auf nun 30 CP angehoben, um den tatsächlichen Workload abzubilden.
- Das Modul „Elementares Gestalten“ wurde um 2 CP erweitert und mit dem Modul „Zeichnerische Darstellung“ zusammengelegt. Die so entstandene Unterrichtsgröße von insgesamt 90 Unterrichtsstunden soll einen ganzheitlicheren Ansatz in der Grundlagenvermittlung ermöglichen, in der experimentelles Gestalten mittels grafischer Komposition, zeichnerischer Darstellung und digitaler Techniken im Fokus stehen.
- Das Modul „Prepress- und Print-Technologie“ wurde um 15 Unterrichtseinheiten in Umfang und Credit Points erweitert. Damit sollen eine inhaltliche Vertiefung dieses Moduls im Hinblick auf die komplexer werdenden Wertschöpfungsketten im Druck sowie eine Stärkung des Praxisbezugs (u.a. Exkursion) ermöglicht werden.
- Im Modul „Teammanagement, Moderation und Präsentation“ wurde unter Berücksichtigung der berufsfeldspezifischen Anforderungen eine deutlichere Vertriebsorientierung in Form der Komponenten Kundenpräsentation und Verhandlungsführung in der Werbewirtschaft hinzugefügt. Das Modul heißt daher fortan: „Teammanagement, Präsentieren, Moderieren & Verhandeln“.
- Der Anteil englischsprachiger Veranstaltungen wurde in Umfang gesenkt, um den Workload anzupassen. Englischsprachige Literatur ist in Teilen von Modulen gegeben, so dass die Sprachkenntnisse im späteren berufspraktischen Umfeld gegeben sind.
- Das Modul „Strategische Karriereplanung“ wurde aus den o.g. Gründen zugunsten der Vermittlung von Fachkompetenzen und damit zugunsten des Übergangs in ein Anschlussstudium bzw. der stärkeren Qualifizierung in dem Bereich der Fachkompetenz gestrichen.
- Das Modul „Werbewirkung- und Forschung“ entfällt aus Gründen der Redundanz.
- Das Modul „Kolloquium zur Bachelor-Arbeit“ wird nicht mehr angeboten, dafür findet eine individuelle Betreuung statt. Darüber hinaus steht allen Studierenden im FHM-E-Campus TraiNeX ein einheitlicher Leitfaden zum wissenschaftlichen Arbeiten und zur Erstellung von Abschlussarbeiten zur Verfügung, der auch im Rahmen des Moduls „Wissenschaftliches Arbeiten“ thematisiert wird.

Änderungsübersicht Studien- und Prüfungsplan

Änderungen seit Erstakkreditierung		Studienjahr		1. Jahr									2. Jahr									3. Jahr									Ustd	ECTS	Student Workload*				
				Credit Points pro Jahr									60									60												60			
		Trimester		1. Trim.			2. Trim.			3. Trim.			4. Trim.			5. Trim.			6. Trim.			7. Trim.			8. Trim.			9. Trim.			gesamt	gesamt	gesamt				
GS +/-	CP +/-	Kennung	Module & Kompetenzbereiche		GS	CP	Fp.	GS	CP	Fp.	GS	CP	Fp.	GS	CP	Fp.	GS	CP	Fp.	GS	CP	Fp.	GS	CP	Fp.	GS	CP	Fp.	GS	CP	Fp.	gesamt	gesamt	gesamt			
		I	Allgemeine Wirtschaftskompetenz																																		
0	0	BA-KW-AW-01	Betriebswirtschaftslehre		30	2		30	3		30	3	1																			90	8	200			
0	0	BA-KW-AW-02	Unternehmensführung																	30	3					30	3	1				45	5	1	60	6	150
-15	0	BA-KW-AW-03	Marketing & Vertrieb																							45	5	1				45	5	125			
-15	0				30	2	0	30	3	0	30	3	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	30	3	0	30	3	1	45	5	1	0	0	0	195	19	475
		II	Kommunikationsdesign- & Werbekompetenz																																		
90	7	BA-KW-KDW-01	"Grundlagen Gestaltung und zeichnerische Darstellung"		30	3		30	2		30	2	1																			90	7	175			
-75	-7		Grundlagen-Gestaltung-																													0	0	0			
-45	-4		Zeichnerische-Darstellung-analog/digital																													0	0	0			
15	1	BA-KW-KDW-02	Grundlagen Typografie		45	3		15	2	1																						60	5	125			
0	1	BA-KW-KDW-03	Fotografie/Digital Imaging								30	4					15	1	1													45	5	125			
0	1	BA-KW-KDW-04	Datenhandling/Operating								45	5	1																			45	5	125			
15	1	BA-KW-KDW-05	Prepress- und Printtechnologien																	45	5	1										45	5	125			
0	0	BA-KW-KDW-06	Medientheorie		15	1		30	4	1																						45	5	125			
0	-1	BA-KW-KDW-07	Editorial Design					15	2		45	3	1																			60	5	125			
0	-1	BA-KW-KDW-08	Gestaltung von AV-Medien														30	3					30	2	1							60	5	125			

Änderungen seit Erstakkreditierung		Studienjahr		1. Jahr									2. Jahr									3. Jahr									Ustd	ECTS	Student Workload*																
				Credit Points pro Jahr									60									60												60															
		Trimester		1. Trim.			2. Trim.			3. Trim.			4. Trim.			5. Trim.			6. Trim.			7. Trim.			8. Trim.			9. Trim.						gesamt	gesamt	gesamt													
				Credit Points pro Trimester									20			19			21			20			22			18									29			19			12						
GS +/-	CP +/-	Kennung	Module & Kompetenzbereiche		GS	CP	Fp.	GS	CP	Fp.	GS	CP	Fp.	GS	CP	Fp.	GS	CP	Fp.	GS	CP	Fp.	GS	CP	Fp.	GS	CP	Fp.	GS	CP	Fp.	GS	CP	Fp.	GS	CP	Fp.	GS	CP	Fp.	gesamt	gesamt	gesamt						
0	-1	BA-KW-KDW-09	Multimedialgestaltung und -technologien																																					60	5	125							
0	1	BA-KW-KDW-10	Konzeptuelle Mediengestaltung/Cross-Media																																						45	5	125						
-15	-1	BA-KW-KDW-11	Kunst- und Kulturgeschichte/Designtheorie																																						45	5	125						
15	1	BA-KW-KDW-12	Designmanagement																																						45	5	125						
0	1	BA-KW-KDW-13	Design-Projektmanagement		30	5	1																																			30	5	125					
0	0	BA-KW-KDW-14	Werbestrategien und -konzepte																																								45	5	125				
-30	-4	BA-KW-KDW-15	Werbewirkung und -forschung																																									0	0	0			
0	0	BA-KW-KDW-16	Werbemittelproduktion und -kalkulation																																									45	5	125			
0	1	BA-KW-KDW-17	Medienrecht																																									30	5	125			
-30	-4				120	12	1	90	10	2	150	14	3	0	0	0	75	7	1	105	9	3	195	21	4	60	9	2	0	0	0												795	82	2050				
		III	Personale & Soziale Kompetenz																																												0		
-15	0	BA-KW-PS-01	Selbstmanagement & Selbstmarketing					30	5	1																																			30	5	125		
-15	-2	BA-KW-PS-02	Wirtschaftsenglisch		30	1		15	1		30	4	1																																75	6	150		
0	0	BA-KW-PS-03	Teammanagement; Präsentation & Moderation																																											45	5	125	
0	0	BA-KW-PS-04	Studium Generale Parallele																																											60	5	125	
-30	-2				30	1	0	45	6	1	30	4	1	0	0	0	45	5	1	15	2	0	15	1	0	30	2	1	0	0	0														210	21	525		
		IV	Aktivitäts- und Handlungskompetenz																																													0	
0	12	BA-KW-AH-01	Studium in der Praxis (SIP)											60	20		60	10	1																										120	30	750		
-60	-5		Strategische Karriereplanung																																												0	0	0
-30	0	BA-KW-AH-02	Wissenschaftliches Arbeiten		30	5	1																																							30	5	125	
-15	0	BA-KW-AH-03	Unternehmensgründung																																											45	6	150	
0	-1	BA-KW-AH-04	Designprojekte																																											60	5	125	
-105	6				30	5	1	0	0	0	0	0	0	60	20	0	60	10	1	30	4	0	45	4	1	30	3	1	0	0	0															255	46	1150	
0	0		Bachelorarbeit																																											0	12	300	
-180	0				210	20	2	165	19	3	210	21	5	60	20	0	180	22	3	180	18	3	285	29	6	165	19	5	0	12	1															1455	180	4500	

Legende:

GS = Gesamtstunden/Trimester, CP = Credit Point, FP = Fachprüfung

Bewerbungsmanagement (Zahlen der Bewerbungen, Fachanfänger, Abbrecher, Wechsler nach individuellem Studiengang und Geschlecht), Stand: November 2011

Fachanfängerzahlen nach Studiengruppen

Bewerber- und Studienanfänger - Bewerbungsmanagement																	
						Anzahl der BewerberInnen		Anzahl der AbbrecherInnen		Studienanfängerzahlen		Quote der Abbrecher insgesamt	Quote der weiblichen Abbrecher	Anzahl ausländischer Studierender		Wechsel in Individuelle Studienvereinbarungen	
						w	m	w	m	w	m	m/w	w	w	m	w	m
B.A. Kommunikationsdesign & Werbung																	
	Studiengang	Studienform	Studienbeginn	Studienende	Studienort	w	m	w	m	w	m	m/w	w	w	m	w	m
	BA-KW01-VZ	Vollzeit	Oktober 2008	September 2011	Bielefeld	21	11		2	8	6	14%	0%				2
	BA-KW02-VZ	Vollzeit	Oktober 2009	September 2012	Bielefeld	20	10		2	8	5	15%	0%		1		1
	BA-KW03-VZ	Vollzeit	Oktober 2010	September 2013	Bielefeld	18	13			7	5	0%	0%				
	BA-KW04-VZ	Vollzeit	Oktober 2011	September 2014	Bielefeld	20	6			8	2	0%	0%	1	0		
Gesamt						79	40	0	4	31	18	8%	0%	1	1	0	3

Prüfungsmanagement (Zahlen der Absolventen nach Studiengang und Geschlecht), Stand: November 2011

Absolventenzahlen nach Studiengruppen

Absolventenzahlen - Prüfungsmanagement																	
						Anzahl der Absolventen in Regelstudienzeit		Anzahl aller Absolventen		durchschnittl. Studiendauer		durchschnittl. Abschlussnote der Absolventen in Regelstudienzeit		durchschnittl. Abschlussnote insgesamt			
						w	m	w	m	w	m	w	m	w	m		
B.A. Kommunikationsdesign & Werbung																	
	Studiengang	Studienform	Studienbeginn	Studienende	Studienort	w	m	w	m	w	m	w	m	w	m	w	m
	BA-KW01-VZ	Vollzeit	Oktober 2008	September 2011	Bielefeld	8	2	8	2	9	9	1,7	2,4	1,7	2,4		
	BA-KW02-VZ	Vollzeit	Oktober 2009	September 2012	Bielefeld												
	BA-KW03-VZ	Vollzeit	Oktober 2010	September 2013	Bielefeld												
	BA-KW04-VZ	Vollzeit	Oktober 2011	September 2014	Bielefeld												
Gesamt						8	2	8	2	9	9	1,7	2,4	1,7	2,4		

Fachanfänger nach Studiengruppe, Erfolgsquote, Stand: November 2011

Gegenüberstellung der Fachanfängerzahlen (1. Fachtrimester) mit der Zahl der Absolventen; Erfolgsquote; durchschnittliche Studiendauer; durchschnittliche Abschlussnote; gesamt und davon weiblich

Fachbereich	Abschluss	Studiengang	Form	Studiengruppe	Studienbeginn	Studienende	Anzahl Fachanfänger			Anzahl Absolventen			Erfolgsquote		Absolventen in Regelstudienzeit		Anzahl der Absolventen + 1. Fachtrimester		durchschnittliche Studiendauer in Trimester	durchschnittliche Abschlussnote
							gesamt	davon weiblich (absolut)	davon weiblich (Prozent)	gesamt	davon weiblich (absolut)	davon weiblich (Prozent)	gesamt	weibliche Studierende	gesamt	davon weiblich (absolut)	gesamt	davon weiblich (absolut)		
Medien	B.A.	Kommunikationsdesign & Werbung	VZ	BA-KW01-VZ	Oktober 2008	September 2011	14	8	57%	10	8	80%	71%	100%	10	8			9	2,0
				BA-KW02-VZ	Oktober 2009	September 2012	13	8	62%	0	0	0%			0	0				1,7
				BA-KW03-VZ	Oktober 2010	September 2013	12	7	58%	0	0	0%			0	0				1,8
				BA-KW04-VZ	Oktober 2011	September 2014	10	8	80%	0	0	0%			0	0				1,9
				<i>B.A. Kommunikationsdesign & Werbung gesamt</i>							49	31	63%	10	8	80%	71%	100%	10	8

Absolventenverbleib

Die FHM führt eine Verbleib-Studie ein Jahr nach Beendigung des Studiums durch. Da die ersten Studierenden des Bachelor-Studienganges Kommunikationsdesign & Werbung das Studium im Oktober des Jahres 2011 abgeschlossen haben, liegen für die Erhebung des Verbleibs noch keine Daten vor. Für 2011 konnten folgende Studiengruppen aus dem Fachbereich Medien befragt werden: Medienkommunikation & Journalismus (B.A.) und Medienwirtschaft (B.A.) Aus den Ergebnissen der Verbleib-Studie 2011 geht hervor, dass ca. 52 Prozent der Befragten als Angestellte arbeiten. 23 Prozent haben sich für ein weiterführendes Studium entschieden, 11 Prozent konnten ein Volontariat antreten. Weitere 7 Prozent sind freiberufliche bzw. selbstständige Unternehmer. Ca. 5 Prozent schließen mit einem Praktikum oder Trainee-Stelle ans Studium an und als Arbeitssuchende bezeichnen sich lediglich 2,5 Prozent der Absolventen des Jahres 2010. 72 Prozent der Angestellten, Volontäre und Trainees geben an, gemäß ihrer Hochschulqualifikation beschäftigt zu sein. 92 Prozent der Angestellten, Volontäre und Trainees arbeiten in Vollzeit und 68 Prozent sind unbefristet beschäftigt. Ein Drittel verfügt sogar über Personalverantwortung. Zwei Drittel der Angestellten sind gemäß der Ausrichtung der Studiengänge an der FHM in Klein- und mittelständischen Unternehmen tätig, weitere 37 Prozent der Angestellten sind in Großunternehmen beschäftigt.

Die erworbenen Soft Skills werden von den Absolventen sehr geschätzt: 80 Prozent der Befragten in Beschäftigungsverhältnissen bezeichnen die Anwendbarkeit dieser Kenntnisse im Arbeitsalltag als „gut“ bis „eher gut“. Die Mehrheit der FHM-Absolventen können die erlernten fachlichen Inhalte mit dem beruflichen Alltag gut verbinden (insgesamt 70 Prozent). Genauso viele Absolventen konnten die beruflichen Herausforderungen des vergangenen Jahres gut bewältigen dank der im Studium erlernten Methodenkenntnissen. Die subjektive Anwendbarkeit der Inhalte, Methoden und Soft Skills deckt sich mit den Aussagen zum Studium in Bezug auf Praxisbezug, Verknüpfung von Theorie und Praxis, der Berufsfeldorientierung sowie der Nähe zur Wirtschaft. Besonders hervorzuheben ist die positive Bewertung der kleinen Studiengruppe, die in allen Studiengruppen benannt ist. Für selbstständige Unternehmer spielen die an der FHM erlernten Methodenkenntnisse und Soft Skills im Arbeitsalltag eine große Rolle: Alle selbstständigen Unternehmer geben an, diese Kompetenzen gut im beruflichen Alltag anwenden zu können. Fachliche Inhalte und Kenntnisse zur Existenzgründung werden von jeweils 75 Prozent als „gut“ bezeichnet.

Bewertung

Die Hochschule hat zum einen die Änderungen vorgenommen, die aufgrund von externen Vorgaben notwendig waren, so dass das Curriculum den aktuellen KMK-Vorgaben hinsichtlich der Modulgröße und Prüfungsdichte (Studierbarkeit) entspricht. Zum anderen hat die Hochschule im Rahmen des internen Qualitätsmanagements eine Reihe von curricularen und organisatorischen Anpassungen vorgenommen, die sinnvoll erscheinen und dem Studium insgesamt zweckdienlich sind.

Die vorgelegten statistischen Daten zeugen von einer sehr niedrigen Abbrecherquote. Die durchschnittliche Studiendauer entspricht der Regelstudienzeit, wobei hier nur die Daten für die erste Kohorte vorgelegt werden konnten. Die Anzahl der Bewerber ist über die letzten vier Jahre relativ konstant geblieben. Die Anzahl der Studienanfänger hat sich jedoch kontinuierlich von 14 auf zehn reduziert. Aus den Gesprächen vor Ort konnte nicht herausgefunden werden, welche Gründe dafür maßgeblich sind. Die Hochschulleitung ist jedenfalls entschieden, den Studiengang auch unter Berücksichtigung des finanziellen Nachteils weiterhin anzubieten. Sie hat die Bedeutung des Studienganges im gesamthochschulischen Kontext hervorgehoben, da er mit Studiengängen aus anderen Fachbereichen zur Förderung der Interdisziplinarität verwoben ist.

Auch wenn die Ergebnisse der aktuellen Verbleib-Studie 2011 keine direkten Belege über den betreffenden Studiengang liefern, kann aufgrund des für alle FHM-Studiengänge gültigen Kompetenzmodells sowie der studienübergreifenden Ziele davon ausgegangen werden, dass die hohe Vermittlungsquote in den Beruf bzw. Anschlussmöglichkeiten auch für diesen Studiengang gegeben ist und die Qualifikationsziele den Anforderungen des Arbeitsumfeldes entsprechen.

Darstellung und Bewertung im Einzelnen

1 Ziele und Strategie

1.1 Logik und Nachvollziehbarkeit der Zielsetzung des Studienganges

Der Studiengang soll unter Berücksichtigung der geschilderten Bedarfslage für eine Fach- oder Führungs-Tätigkeit im Kommunikationsdesign- und Werbemarkt qualifizieren. Er verfolgt das Qualifikationsziel, den Studierenden sowohl wissenschaftlich fundierte Kompetenzen als auch anwendungsorientierte Qualifikationen im Kommunikationsdesign und der Werbung zu vermitteln, um sie in die Lage zu versetzen, Fach- und Leitungsfunktionen in diesem Berufsfeld verantwortlich wahrnehmen zu können. Ziel des Bachelor-Studienganges ist es, den Studierenden neben Kompetenzen im anwendungsorientierten Design wirtschaftliche und überfachliche Kompetenzen zu vermitteln. Dabei sollen die Studierenden auch Fähigkeiten und Fertigkeiten in den Bereichen der sozial-kommunikativen Kompetenz und der Aktivitäts- und Handlungskompetenz erlangen.

Nach ihrem Studium sind die Bachelor-Absolventen in der Lage, die Chancen und Möglichkeiten einer sich wandelnden gesellschaftlichen Kommunikation zu analysieren und zu erkennen. Darauf basierend sollen sie Kommunikations- und Kampagnenkonzepte entwickeln und ausgestalten und hierbei die betriebswirtschaftlichen und technologischen Rahmenbedingungen in den Entwicklungsprozess einbeziehen. Sie können Erscheinungsbilder, Plakate, analoge und digitale Publikationen, Werbemedien, Ausstellungen und Events mit allen zur Verfügung stehenden gestalterischen Mitteln (Grafik, Typografie, Foto, Video, Internet etc.) konzipieren und gestalten. Im Rahmen eines modular aufgebauten, praxisnahen Lehrangebotes sollen den Studierenden die notwendigen Kompetenzen für die heutigen und absehbaren Herausforderungen dieses Berufsfeldes vermittelt werden.

Die Absolventen sind in der Lage, Chancen und Möglichkeiten einer sich wandelnden medialen Kommunikation und deren Gestaltung kritisch analysieren und erkennen zu können. Darauf basierend sollen sie strategisch fundierte Design- und Kommunikationskonzepte beurteilen bzw. entwickeln können. Sie sind dazu qualifiziert, hierauf aufbauende Lösungen mit innovationsgerichtetem Denken und kreativem Gespür professionell umzusetzen. Dabei sollen die Studierenden nicht nur fachlich für die Übernahme von Fach- und Nachwuchsführungsfunktionen befähigt werden; auch Fähigkeiten und Fertigkeiten in den Bereichen der sozial-kommunikativen Kompetenz und der Aktivitäts- und Handlungskompetenz werden berücksichtigt.

Die Absolventen beschäftigen sich als zukünftige Fach- und Führungskräfte mit der kreativen Ideenfindung und Konzeption, dem handwerklich fundierten Entwurf sowie der professionellen Umsetzung von vielfältigen Design- und Kommunikationsprojekten und sind daher als qualifizierte Mitarbeiter in den verschiedensten Bereichen von Medienunternehmen (u.a. Redaktion, Produktion, R&D), in Marketingabteilungen großer und mittelständischer Unternehmen (u.a. Werbung und PR, Messen und Ausstellungen) oder bei Dienstleistungsunternehmen (u.a. Werbeagenturen, Designagenturen, Filmproduktion, Internet-Dienstleister) tätig. Die Medien- und Kommunikationsbranche benötigt auch in den nächsten Jahren aufgrund der erhöhten Wettbewerbsintensität und -konvergenz, der Änderung der Triebkräfte und des Aufkommens neuer Kommunikationskanäle und Werbemodelle junge Mitarbeitende mit einem an diesen Rahmenbedingungen gewachsenen Medien- und Gestaltungsverständnis, die Bestehendes kritisch reflektiert und Mut zu neuen Wegen im Design und in der gesellschaftlichen Kommunikation mitbringt.

Die Absolventen besitzen fundierte Kenntnisse und Fertigkeiten aus den Gestaltungsdisziplinen und verfügen gleichzeitig über eine qualifizierte Wirtschafts- und Medienkompetenz, so

dass sie komplexe Design und Kommunikationsprojekte planen, analysieren, strukturieren und kreativ umsetzen können. Kommunikationsdesigner können für sämtliche Designprojekte in Unternehmen eingesetzt werden: Entwicklung von Kommunikationskonzepten, Gestaltung von Marken- und Unternehmenserscheinungsbildern, Erstellung von Printobjekten (vom Geschäftsbericht über Imagefolder bis zum Verkaufsprospekt), Erstellung von Image- und Produktfilmen, Planung, kreative Konzeptentwicklung und Gestaltung von Werbekampagnen, Planung und Umsetzung von Gestaltungskonzepten für Events, Messen und sonstigen Veranstaltungen, Konzeption, Design und Programmierung von Onlinemedien (Corporate, Social Media, E-Commerce), Projektmanagement für umfassende Designprojekte (z.B. Corporate Design-Projekten), Beratung bei abteilungsübergreifenden Designprojekten, Steuerung der Zusammenarbeit mit verschiedenen Dienstleistern, Beratung bei der Werbewirksamkeit von Kommunikationsmaßnahmen, Entwicklung von Geschäftskonzepten mit neuen Medien, Entwicklung von Cross-Media-Kampagnen etc..

Auch die Befähigung zur bürgerschaftlichen Teilhabe der Studierenden wird im Curriculum berücksichtigt. Hierzu soll insbesondere das Modul „Studium Generale“ (BA-KW-PS-04) beitragen. Das Modul dient dazu, die Wirkungszusammenhänge zwischen wirtschaftlichen, sozialen und kulturellen Entwicklungen der Gesellschaft an den Schnittstellen von Ökonomie und Sozial- und Kulturgeschichte aufzuzeigen.

Bewertung:

Das Studiengangskonzept orientiert sich an Qualifikationszielen und trägt den Erfordernissen des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse Rechnung. Bei der Weiterentwicklung der Zielsetzung des Studiengangskonzeptes greift die Hochschule auf Untersuchungen zum Absolventenverbleib aus anderen Studiengängen zurück, was insbesondere mit Blick auf das studiengangübergreifende FHM-Kompetenzmodell sinnvoll erscheint. In diesem Zusammenhang wurde die Hochschule in dem gewählten Qualifikationsprofil, bestehend aus Fach- und Methodenkompetenz, personaler Kompetenz, sozial-kommunikativer Kompetenz und Aktivitäts- und Handlungskompetenz, bestätigt. Die fachlichen Aspekte des Studiengangsprofils beziehen sich auf die Bereiche wissenschaftliche und auch künstlerische Befähigung. Die Befähigung zum zivilgesellschaftlichen Engagement ist sowohl inhaltlich als auch durch didaktische Aufbereitung im Konzept verankert. Zudem hat die Hochschule Berufsfelder definiert, für die sie die Absolventen des Studienganges zu qualifizieren beabsichtigt.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
1.	Ziele und Strategie			
1.1	Logik und Nachvollziehbarkeit der Zielsetzung des Studiengangskonzeptes	x		

1.2 Studiengangprofil (sofern vorgesehen – nur relevant für Master-Studiengang)

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
1.	Ziele und Strategie			
1.2	Studiengangprofil			x

1.3 Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit

Das Konzept der FHM zur Umsetzung von Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit im Rahmen des Studienganges sieht mehrere Maßnahmen vor:

Bewerbungs- und Zulassungsverfahren

Im Rahmen des Bewerbungs- und Zulassungsverfahrens wird ein individuelles Vorstellungsgespräch durchgeführt, in dem u.a. die besonderen Anforderungen des Studiums, die individuelle Studienmotivation und der persönliche Hintergrund thematisiert werden. In diesem Rahmen sollen auch persönliche Voraussetzungen wie die Vereinbarkeit von Beruf, Familie, Freizeit und Studium im Fall eines dualen Studiums zur Sprache kommen und gemeinsam mit der Bewerberin/dem Bewerber thematisiert und reflektiert werden.

Curriculum

Im Rahmen unterschiedlicher Module fließen fachspezifische Erkenntnisse der Frauen- und Genderforschung in die Lehre ein.

Studienorganisation

Im Rahmen des FHM-Blended-Learning-Konzepts werden nicht nur Präsenzveranstaltungen, sondern auch Selbstlerneinheiten sowie E-Learning-Veranstaltungen in Form von Präsenzseminaren im virtuellen Klassenzimmer angeboten. Materialien für Selbststudien können die Studierenden über die asynchrone Lernplattform TraiNex ort- und zeitunabhängig (also z.B. von zuhause oder vom Büro aus, am Abend oder auch am Wochenende) abrufen. Das TraiNex bietet zudem nutzerspezifische Oberflächen und Designs, alternative Navigationsmöglichkeiten sowie weitere von Status und Rechten der Nutzer abhängige Funktionen. Eine durch die Nutzer frei-konfigurierbare Oberfläche und eine geschlechterspezifische Anrede sind durchgängig realisiert. Zudem bietet die Teilzeitvariante des Studienganges die Möglichkeit, an der Hochschule auch „familienbegleitend“ zu studieren.

E-Learning-Veranstaltungen im virtuellen Klassenzimmer bieten zudem den Vorteil, dass die Studierenden ortsunabhängig, z.B. von zuhause aus, im virtuellen Klassenraum in direktem Kontakt mit den Lehrenden und anderen Studierenden treten können. Fachliche Interessen, Lernverhalten oder die Lernkonstellationen differenzierter Gruppen können im Rahmen des E-Learning direkt berücksichtigt werden. Lange Anfahrtszeiten, Kosten für Kinderbetreuung etc. können auf diese Weise in vielen Fällen vermieden werden.

Der Nachteilsausgleich für Studierende mit Behinderung ist in § 6, Absatz 4 der Prüfungsordnung geregelt.

Bewertung:

Konzeptionell betrachtet ist die Geschlechtergerechtigkeit im Studiengang insbesondere curricular berücksichtigt. Bestimmte Maßnahmen zu einer geschlechtlichen Ausgewogenheit der Studierendengruppen oder des Lehrkörpers hat die Hochschule nicht benannt. Nichtsdestotrotz konnte aus den vorgelegten Unterlagen zum Studiengang und den Gesprächen vor Ort eine insgesamt ausgeglichene Geschlechterverteilung festgestellt werden. Chancengleichheit von Studierenden in besonderen Lebenslagen wird sowohl im Rahmen des Bewerbungsverfahrens als auch in der Studienorganisation berücksichtigt. Die genannten Maßnahmen betreffen vornehmlich Studierende, die Familie und/oder Beruf mit dem Studium zu vereinbaren haben. Andere Zielgruppen, wie ausländische Studierende (bis jetzt insgesamt zwei) sowie Studierende mit Migrationshintergrund werden im Rahmen des Betreuungskonzeptes gefördert. Ein Anspruch auf Nachteilsausgleich für behinderte Studierende hinsichtlich zeitlicher und formaler Vorgaben im Studium sowie bei allen abschließenden oder studienbegleitenden Leistungsnachweisen (z.B. durch alternative Prüfungsformen) ist sicher gestellt.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
1.	Ziele und Strategie			
1.3	Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit	x		

2 Zulassung (Zulassungsprozess und -Verfahren)

Für den Studiengang gelten zunächst die formalen Voraussetzungen zur Aufnahme eines Hochschulstudiums, die in der Prüfungsordnung definiert sind:

- Als Voraussetzung für die Aufnahme des Studiums wird die Fachhochschulreife oder eine von der zuständigen staatlichen Stelle als gleichwertig anerkannte Vorbildung gefordert.
- Bewerber, die die Anforderungen gemäß der „Berufsbildungshochschulzugangsverordnung“ vom 8. März 2010 erfüllen.
- Zudem kann vom Vorliegen einer Hochschulzugangsberechtigung nach § 49 Abs. 1 bis 6, 8 und 9 HG ganz oder teilweise abgesehen werden, wenn Studienbewerberinnen oder Studienbewerber eine studienbezogene besondere fachliche Eignung oder besondere künstlerisch-gestalterische Begabung und eine den Anforderungen der Hochschule entsprechende Allgemeinbildung nachweisen.
- Des Weiteren besteht die Möglichkeit einer Einstufungs- sowie einer Zugangsprüfung, welche ebenfalls in der Prüfungsordnung geregelt sind.

Das Auswahlverfahren besteht aus folgenden Elementen:

- der Teilnahme am Kompetenzdiagnostik- und -entwicklungsverfahren KODE®,
- einem Test zur Feststellung der Englischkenntnisse,
- einer fachspezifischen Aufgabe (z.B. Überprüfung der künstlerischen Befähigung, Mathematik, journalistischer Text o.ä.),
- einer Gruppenaufgabe,
- einem individuellen Vorstellungs- und Informationsgespräch zur Überprüfung der Eignung (Motivation, fachliche Orientierung, durch das Studium angestrebte Ziele).

Die Zulassungsbedingungen werden auf der Homepage, den entsprechenden Ordnungen und in den Informationsbroschüren veröffentlicht.

Bewertung:

Die Studienplätze werden nach dem Ergebnis eines Auswahlverfahrens vergeben. Dieses basiert auf dem Grad von Eignung und Motivation für das angestrebte Studium. Die Zulassungsbedingungen sind in der Prüfungsordnung des Studienganges definiert, nachvollziehbar und entsprechen den nationalen und landesrechtlichen Vorgaben. Die Zulassungsbedingungen orientieren sich zudem an der strategischen Studiengangzielsetzung, indem beispielsweise auch die künstlerische Befähigung festgestellt wird. Das Verfahren und die Anforderungen in der Einstufungsprüfung richten sich im Übrigen sinngemäß nach den Bestimmungen der Prüfungsordnung. Demnach können behinderte Studierende den Nachteilsausgleich geltend machen.

Darüber hinaus bleibt festzuhalten:

- Die Studienorganisation ermöglicht, dass Studierende gewonnen werden, die fremdsprachliche Lehrveranstaltungen absolvieren können.
- Die Zulassungsentscheidung basiert auf objektivierbaren Kriterien.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
2.	Zulassung (Zulassungsprozess und -verfahren)			
2.1	Zulassungsbedingungen	x		
2.2	Auswahlverfahren (falls vorhanden)	x		
2.3	Berufserfahrung (relevant für weiterbildenden Master-Studiengang)			x
2.4	Gewährleistung der Fremdsprachenkompetenz	x		
2.5	Transparenz der Zulassungsentscheidung	x		

3 Konzeption des Studienganges

3.1 Umsetzung

Der Studiengang besitzt laut Hochschule keine Schwerpunkte oder Spezialisierungen. Alle Module stellen Pflichtmodule dar und müssen von allen Studierenden in der im Studienplan vorgesehenen Reihenfolge belegt werden (siehe die nachstehende Tabelle). Die Module sind dabei vier unterschiedlichen Kompetenzbereichen zugeordnet: „Allgemeine Wirtschaftskompetenz“, „Kommunikationsdesign- und Werbekompetenz“, „Personale und soziale Kompetenz“ sowie „Aktivitäts- und Handlungskompetenz“. Der Studiengang enthält die als Modul konzipierte 24-wöchige Praxisphase, das so genannte „Studium in der Praxis“ (SiP), das von der FHM betreut und im Rahmen einer Projektarbeit abgeprüft wird. Module, die aufeinander aufbauen, folgen laut Hochschule zeitlich aufeinander, damit sich die Studierenden die für eine erfolgreiche Teilnahme notwendigen Qualifikationen und Kenntnisse aneignen können. Die Studierenden erwerben im Rahmen des Bachelor-Studienganges insgesamt 180 Credit Points (1 Credit Point = 25 Stunden). Dabei entfallen auf die Bachelor-Thesis 12 Credit Points.

Das European Credit Transfer and Accumulation System (ECTS) findet nach Angaben der Hochschule Anwendung, indem alle Inhalte des Studiums als thematisch und zeitlich abgerundete, in sich abgeschlossene Einheiten bzw. Module gestaltet sind. Alle Module sind mit Leistungspunkten versehen und werden einzeln abgeprüft. Die Leistungspunkte werden auf Grundlage einer Modulprüfung vergeben. Module schließen mit einer Modulprüfung ab. Folgende Prüfungsformen kommen zum Einsatz: Klausurarbeiten (11), Präsentation von Projektarbeiten in künstlerischer Form (8), Referate mit schriftlicher Ausarbeitung (3), Berufspraktische Übungen (3) Studienarbeiten (2) und Praxisbezogene Projektarbeiten (1).

Die relative Notenvergabe nach ECTS wird folgendermaßen umgesetzt: Für jeden Studiengang existiert im FHM-E-Campus TraiNex eine Notenkohorte vergleichbarer Studiengänge. Vergleichbar sind Studierende von Studiengängen derselben Studienrichtung mit demselben Abschluss, die mindestens seit einem Monat exmatrikuliert sind. Zur Kohorte gehören automatisch mindestens 30 Personen und max. fünf Studiengänge. Der ECTS-Grade ist dabei eine relative Note. Abschlussnoten (German Grades) werden anhand der Kohorte zum Zeitpunkt des Abschlusses im Rahmen einer Zeitpunktbetrachtung transparent einem ECTS-Grade zugewiesen. Der deutsche Notenschnitt wird für die ECTS-Grade-Betrachtung dabei nach folgender üblicher Formel gewichtet: $\text{Summe (Credit Points * Note) / Summe_Credit Points}$.

Studienjahr		1. Jahr									2. Jahr									3. Jahr									Ustd	ECTS	Student Workload*						
Credit Points pro Jahr		60									60									60																	
Trimester		1. Trim.			2. Trim.			3. Trim.			4. Trim.			5. Trim.			6. Trim.			7. Trim.			8. Trim.			9. Trim.											
Credit Points pro Trimester		20			19			21			20			22			18			29			19			12			gesamt	gesamt	gesamt						
Kennung	Module & Kompetenzbereiche	GS	CP	Fp.	GS	CP	Fp.	GS	CP	Fp.	GS	CP	Fp.	GS	CP	Fp.	GS	CP	Fp.	GS	CP	Fp.	GS	CP	Fp.	GS	CP	Fp.	GS	CP	Fp.	GS	CP	Fp.	gesamt	gesamt	gesamt
I	Allgemeine Wirtschaftskompetenz																																				
BA-KW-AW-01	Betriebswirtschaftslehre	30	2		30	3		30	3	1																									90	8	200
BA-KW-AW-02	Unternehmensführung																30	3		30	3	1													60	6	150
BA-KW-AW-03	Marketing & Vertrieb																									45	5	1							45	5	125
		30	2	0	30	3	0	30	3	1	0	0	0	0	0	0	30	3	0	30	3	1	45	5	1	0	0	0				195	19	475			
II	Kommunikationsdesign- & Werbekompetenz																																				
BA-KW-KDW-01	Grundlagen Gestaltung und zeichnerische Darstellung	30	3		30	2		30	2	1																									90	7	175
BA-KW-KDW-02	Grundlagen Typografie	45	3		15	2	1																												60	5	125
BA-KW-KDW-03	Fotografie/Digital Imaging							30	4					15	1	1																			45	5	125
BA-KW-KDW-04	Datenhandling/Operating							45	5	1																									45	5	125
BA-KW-KDW-05	Prepress- und Printtechnologien																45	5	1																45	5	125
BA-KW-KDW-06	Medientheorie	15	1		30	4	1																												45	5	125
BA-KW-KDW-07	Editorial Design				15	2		45	3	1																									60	5	125
BA-KW-KDW-08	Gestaltung von AV-Medien													30	3		30	2	1																60	5	125
BA-KW-KDW-09	Multimedialgestaltung und -technologien													30	3		30	2	1																60	5	125
BA-KW-KDW-10	Konzeptuelle Mediengestaltung/Cross-Media																						45	5	1										45	5	125
BA-KW-KDW-11	Kunst- und Kulturgeschichte/Designtheorie																						45	5	1										45	5	125
BA-KW-KDW-12	Designmanagement																						45	5	1										45	5	125
BA-KW-KDW-13	Design-Projektmanagement	30	5	1																															30	5	125
BA-KW-KDW-14	Werbestrategien und -konzepte																			45	5	1													45	5	125
BA-KW-KDW-16	Werbemittelproduktion und -kalkulation																			15	1		30	4	1										45	5	125
BA-KW-KDW-17	Medienrecht																						30	5	1										30	5	125
		120	12	1	90	10	2	150	14	3	0	0	0	75	7	1	105	9	3	195	21	4	60	9	2	0	0	0				795	82	2050			
III	Personale & Soziale Kompetenz																																				
BA-KW-PS-01	Selbstmanagement & Selbstmarketing				30	5	1																												30	5	125
BA-KW-PS-02	Wirtschaftsenglisch	30	1		15	1		30	4	1																									75	6	150
BA-KW-PS-03	Teammanagement; Präsentation, Moderation & Verhandeln													45	5	1																			45	5	125
BA-KW-PS-04	Studium Generale																15	2		15	1		30	2	1										60	5	125
		30	1	0	45	6	1	30	4	1	0	0	0	45	5	1	15	2	0	15	1	0	30	2	1	0	0	0				210	21	525			
IV	Aktivitäts- und Handlungskompetenz																																				
BA-KW-AH-01	Studium in der Praxis (SIP)										60	20		60	10	1																			120	30	750
BA-KW-AH-02	Wissenschaftliches Arbeiten	30	5	1																15	3		30	3	1										30	5	125
BA-KW-AH-03	Unternehmensgründung																			15	1		15	1		30	3	1							45	6	150
BA-KW-AH-04	Designprojekte																			15	1		15	1		30	3	1							60	5	125
		30	5	1	0	0	0	0	0	0	60	20	0	60	10	1	30	4	0	45	4	1	30	3	1	0	0	0				12	1	0	255	46	1150
	Bachelorarbeit																																				
		210	20	2	165	19	3	210	21	5	60	20	0	180	22	3	180	18	3	285	29	6	165	19	5	0	12	1				1455	180	4500			

Legende:

GS = Gesamtstunden/Trimester, CP = Credit Point, FP = Fachprüfung

Weiterhin führt die Hochschule aus, dass die Modulbeschreibungen folgende Aspekte enthalten: Definition und Beschreibung des Moduls, Qualifikationsziele des Moduls, Inhalte des Moduls, Lehrformen des Moduls, Voraussetzungen für die Teilnahme, Verwendbarkeit des Moduls, Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (ist ebenso im Studienverlaufsplan zu entnehmen, siehe Anlagen), Häufigkeit des Angebots von Modulen, Arbeitsaufwand (der Workload für Kontaktstunden sowie Selbststudium wird gesondert ausgewiesen), Dauer der Module, Literatur, Praxisbezug, Dozentename.

Die aktuelle Studien- und Prüfungsordnung wurde von der Hochschule zur Prüfung vorgelegt.

Die Hochschule führt aus, dass die Studierbarkeit durch die Abbrecherquote und die Quote der Studierenden in der Regelstudienzeit indiziert wird. Zum gegenwärtigen Zeitpunkt wird bei der Gegenüberstellung der Anfängerzahlen mit den Absolventenzahlen in der Regelstudienzeit aller FHM-Studierenden eine Erfolgsquote von über 80 Prozent verzeichnet. Damit wird die Studierbarkeit innerhalb der vorgegebenen Studienzeit belegt. Folgende Maßnahmen dienen der Sicherstellung der Studierbarkeit:

- Durch die Vorgabe eines Studienplans wird die Überschneidungsfreiheit von Modulen sichergestellt.
- Um die Einhaltung der festgelegten Studienzeiten für alle Studierenden zu gewährleisten, wurde ein so genanntes Prüfungsmanagement eingeführt. Ziel des Prüfungsmanagements ist es, für alle Studierenden ab Beginn des jeweils letzten Studienjahres kontinuierlich zu prüfen, ob eine bestimmte Zahl an offenen Modulprüfungen überschritten wurde. Wenn dies der Fall ist, sollen besondere Formen der individuellen Betreuung der Studierenden so wirksam werden, dass alle Modulprüfungen termingerecht erbracht werden können.
- Die Möglichkeit von Wiederholungsprüfungen wird innerhalb eines kurzen Zeitrahmens gewährleistet.
- Das Studienkonzept der FHM setzt auf eine persönliche Betreuung der Studierenden. Eine neu aufzunehmende Studiengruppe hat als Obergrenze die Teilnehmerzahl 40.
- Zudem sind eine intensive Beratung im Vorfeld des Studiums und das FHM-Auswahlverfahren hier zu benennen.

Die bisherigen Workload-Erhebungen zeichnen sich laut Hochschule noch durch eher geringe Rücklaufquoten (etwa 16%) sowie durch eine hohe Varianz der Ergebnisse aus. Ergänzend zur Befragung zur studentischen Arbeitsbelastung über den FHM-E-Campus soll die aktuelle Arbeitsbelastung in Zukunft in den Studiengruppensitzungen thematisiert werden, um mögliche Verzerrungen in der Arbeitsbelastung zu identifizieren und diesen ggf. entgegenwirken zu können.

Bewertung:

Das Curriculum besteht ausschließlich aus Pflichtmodulen. Abgeleitet von der Studiengangskonzeption gliedern sie sich in vier Kompetenzfelder gliedern. Damit dient die Struktur der Zielsetzung des Studienganges und fördert den an der Zielsetzung orientierten Kompetenzerwerb der Studierenden.

Die ECTS-Elemente (Prinzip der Modularisierung, Credit-Points, relative Notenvergabe nach ECTS und Workload-Vorgaben) sind realisiert und in der Prüfungsordnung definiert. Die Modulbeschreibungen beinhalten mindestens die von der Kultusministerkonferenz (KMK) in den „Rahmenvorgaben für die Einführung von Leistungspunktsystemen und die Modularisierung von Studiengängen“ geforderten Angaben. Die Lernergebnisse (learning outcomes) sind dabei kompetenzorientiert beschrieben. Die Module schließen in der Regel jeweils mit einer Modulprüfung ab. Bei der Weiterentwicklung des Studienganges berücksichtigt die Hochschule auch Evaluationsergebnisse inklusive Untersuchungen zum studentischen Workload,

Studienerfolg und Absolventenverbleib. Das Curriculum beinhaltet mehrere Module, die zwei oder drei Trimester dauern. Das Mobilitätsfenster ist dadurch jedoch nicht gefährdet, denn im vierten und fünften Trimester ist der Zeitraum für Aufenthalt in der Praxis curricular eingebunden und kann ohne Zeitverlust absolviert werden. Zudem hat die Hochschule plausibel erläutert, dass die mehrtrimestrigen Module auch mit Blick auf die Erreichung der angestrebten Lernergebnisse sinnvoll sind (z.B. mit Blick auf künstlerische Module oder größere Projekte) (vgl. hierzu Sachverhaltsdarstellung im Kapitel 3.2).

Es existiert eine Studien- und Prüfungsordnung. Ein Nachweis über die Rechtsprüfung wurde nicht vorgelegt. Die strukturellen Vorgaben für den Studiengang sind, unter Berücksichtigung der nationalen und landesspezifischen Vorgaben, umgesetzt. Dabei werden Regelungen zum Nachteilsausgleich für Studierende mit Behinderung getroffen; Anerkennungsregeln für an anderen Hochschulen erbrachte Leistungen sind nicht gemäß der Lissabon Konvention festgelegt. Die Prüfungsordnung sieht vor, dass außerhochschulisch erworbene Kenntnisse und Fähigkeiten auf das Studium angerechnet werden können. Dabei ist nicht gemäß KMK-Beschluss vom 28.6.2002 geregelt, dass höchstens 50 % eines Hochschulstudiums ersetzt werden können. Für die Abschlussarbeit sind laut Prüfungsordnung eine schriftliche Arbeit und ein Kolloquium im Umfang von insgesamt 12 CP vorgesehen. Dabei ist es nicht ersichtlich, wie viel Aufwand auf die jeweilige Leistung (Erstellung der Abschlussarbeit und Kolloquium) entfällt. Aus diesen Gründen wird hinsichtlich der Prüfungsordnung eine Auflage mit den folgenden Forderungen empfohlen:

- Die wechselseitige Anerkennung von Modulen bei Hochschul- und Studiengangswechsel beruht auf der Qualität akkreditierter Studiengänge und der Leistungsfähigkeit staatlicher oder akkreditierter nicht staatlicher Hochschulen im Hinblick auf die erworbenen Kompetenzen der Studierenden (Lernergebnisse) entsprechend den Regelungen der Lissabon-Konvention (Art. III). Demzufolge ist die Anerkennung zu erteilen, sofern keine wesentlichen Unterschiede hinsichtlich der erworbenen Kompetenzen bestehen (Art. V). (vgl. „Regeln für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung vom 08.12.2009 i. d. F. vom 23.02.2012; Kriterium 2.3).
- Anrechnung von außerhochschulisch erworbenen Kompetenzen kann höchstens 50 % des Studiums ersetzen (vgl. Anrechnung von außerhalb des Hochschulwesens erworbenen Kenntnissen und Fähigkeiten auf ein Hochschulstudium (I), Beschluss der Kultusministerkonferenz vom 28.06.2002).
- Der Arbeitsaufwand für die Bachelor-Arbeit und das Kolloquium ist getrennt auszuweisen (vgl. Ländergemeinsame Strukturvorgaben für die Akkreditierung von Bachelor- und Masterstudiengängen vom 10.10.2003 i.d.F.v. 4.2.2010).
- Die Prüfungsordnung ist einer Rechtsprüfung zu unterziehen es ist und eine Bescheinigung über die erfolgte Rechtsprüfung vorzulegen. Die überarbeitete Prüfungsordnung ist zu verabschieden und die in Kraft getretene Version ist vorzulegen (vgl. „Rahmenvorgaben für die Einführung von Leistungspunktsystemen und die Modularisierung von Studiengängen“ der Kultusministerkonferenz i.d.F. vom 22. Oktober 2004 i.V.m Regeln für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung vom 08.12.2009 i. d. F. vom 23.02.2012; Kriterium 2.5).

Die Studierbarkeit wird durch die Berücksichtigung verschiedener Aspekte gewährleistet. Dazu gehören die Eingangsqualifikationen (vgl. Kapitel 2), die auf den Ergebnissen der Studierendenbefragungen basierte Workloadberechnung, die Berücksichtigung der Belange von Studierenden mit Behinderung, entsprechende Betreuungsangebote sowie fachliche und überfachliche Studienberatung (vgl. Kapitel 4).

Hinsichtlich der Studienplangestaltung sowie der Prüfungsichte und -organisation muss angemerkt werden, dass die Arbeitsbelastung ungleichmäßig auf die neun Trimester (20-19-21-20-22-18-29-19-12) im zweiten und insbesondere im dritten Studienjahr verteilt ist, ebenso die Prüfungsbelastung: 2-3-5-0-3-3-6-5-1. Nach einer kritischen Überprüfung von Workloadverteilung und Prüfungsorganisation wurde festgestellt, dass die Studierbarkeit nicht gefährdet ist. Dies bestätigen die statistischen Daten zur durchschnittlichen Studiendauer

und Abbrecherquote. Zudem wurde beachtet, dass der Studiengang seit der letzten Akkreditierung in dieser Form organisiert ist und dass aus den Evaluationsergebnissen kein Hinweis auf Änderungsbedarf abgeleitet werden kann. Schließlich haben auch die Gespräche mit den Studierenden bestätigt, dass sich die Studien- und Prüfungsorganisation auf ihren Studienrhythmus nicht negativ auswirken. Durch die Kommunikationsplattform FHM-E-Campus TraiNex bestehen hohe Transparenz der Studienorganisation und Austauschmöglichkeiten, so dass die Studierenden über die Anforderungen des Studiums gut informiert sind.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
3.	Konzeption des Studienganges			
3.1	Struktur	x		
3.1.1	Struktureller Aufbau des Studienganges (Kernfächer / ggf. Spezialisierungen (Wahlpflichtfächer) / weitere Wahlmöglichkeiten / Praxiselemente)	x		
3.1.2	Berücksichtigung des „European Credit Transfer and Accumulation Systeme (ECTS)“ und der Modularisierung	x		
3.1.3	Studien- und Prüfungsordnung		x	
3.1.4	Studierbarkeit	x		

3.2 Inhalte

Der Studiengang soll nach Angaben der Hochschule für eine leitende und/oder beratende Tätigkeit in dem eingangs definierten Berufsfeld qualifizieren (vgl. Kapitel 1.1). Dabei sollen die Studierenden nicht nur fachlich für die Übernahme von Fach- und Nachwuchsführungsfunktionen qualifiziert werden; auch Fähigkeiten und Fertigkeiten in den Bereichen der sozial-kommunikativen Kompetenz und der Aktivitäts- und Handlungskompetenz werden berücksichtigt.

Den ersten Schwerpunkt bildet als Basis der Gesamtausbildung der Bereich der „Allgemeinen Wirtschaftskompetenz“. Hier werden Kenntnisse unter anderem in den Modulen „Betriebswirtschaft“ sowie „Marketing & Vertrieb“ vermittelt. In Anlehnung an den klassisch-betriebswirtschaftlichen Planungskreislauf sollen die BWL-Situationsanalyse, Strategie und Ziele, operativer Maßnahmen-Mix und Umsetzung verstanden sein und angewendet werden können. Das Modul „Unternehmensführung“ rundet dieses Kompetenzfeld mit der Vermittlung von Kenntnissen zu Management und Führung bis hin zu Aspekten der Corporate Social Responsibility ab.

Der Bereich der „Kommunikationsdesign- und Werbekompetenz“ legt die fachspezifische Grundqualifikation der Studierenden mit Modulen wie „Elementares Gestalten und zeichnerische Darstellung“, „Grundlagen Typografie“, „Fotografie/Digital Imaging“, „Editorial Design“, und „Gestaltung von AV-Medien“. Ergänzend folgen die theoretischen Module „Kunst- und Kulturgeschichte/Designtheorie“ und „Medientheorie“, das operative Modul „Design-Projektmanagement“ sowie das technologisch ausgerichtet Modul „Datenhandling und Operating“. Die Veranstaltungen gehen dabei oftmals über zwei Trimester, um längerfristige Projekte bearbeiten zu können. Jedes Modul endet mit einer Prüfung. Nach der SiP-Phase wird die Kommunikationsdesign- und Werbekompetenz erweitert durch das Modul „Multimediegestaltung und -technologien sowie das Modul „Werbestrategien und -Konzepte“. Bedeutsam sind auch das strategische Modul „Designmanagement“, das crossmedial ausgerichtete Modul „Konzeptuelle Mediengestaltung/Cross-Media“ sowie die technologisch und werbewirtschaftlich orientierten Module „Prepress- und Printtechnologie“ und „Werbemittelproduktion und Kalkulation), die zwischen der SiP-Phase und der Bachelor-Arbeit liegen.

Parallel zur Vermittlung von managementbezogenem Wissen und fachbezogenen Anwendungskompetenzen werden den Studierenden in den Kompetenzbereichen „Personale und Soziale Kompetenz“ sowie „Aktivitäts- und Handlungskompetenz“ Selbstorganisationsfähigkeiten und Handlungskompetenzen wie u.a. Selbstmanagement und Selbstmarketing, Teammanagement, Präsentation, Moderation sowie Methodenkompetenzen, wissenschaftliches Arbeiten und Unternehmensgründung vermittelt. Das Modul „Designprojekte“ bildet eine dreitrimestrige Projektfläche, in der auch mittelfristige Projektzeiträume realisierbar sind und die Übertragung von Kommunikationsdesign- und Werbekompetenzen auf konkrete Projekte im Mittelpunkt steht.

Klausuren dienen insbesondere dazu, Fachwissen zu testen, während Referate und Präsentationen von Projektarbeiten dazu genutzt werden, Präsentations- und Ausdrucksfähigkeiten zu prüfen. Im Rahmen von schriftlichen Ausarbeitungen zu Referaten und Studienarbeiten wird insbesondere examiniert, inwiefern die Studierenden in der Lage sind, eine eigene Fragestellung zu entwickeln und diese schriftlich abzuarbeiten. Berufspraktische Übungen dienen der Überprüfung handlungsorientierter Kompetenzen. Die praxisbezogene Projektarbeit, die im Zuge des SiP-Moduls erstellt werden muss, dient u. a. dazu, die Fähigkeit der Studierenden in Bezug auf den Theorie-Praxis-Transfer zu beurteilen.

Im Rahmen der Bachelor-Thesis sollen die Studierenden zeigen, dass sie über die Fähigkeit verfügen, innerhalb einer vorgegebenen Frist ein Problem aus dem jeweiligen Fachgebiet selbständig nach wissenschaftlichen Methoden zu bearbeiten. Mit der Abschluss-Arbeit soll festgestellt werden, ob die Studierenden das Fachgebiet überblicken und die wissenschaftlichen Methoden beherrschen nach den jeweiligen Erfordernissen der Dublin Descriptors (vgl. Kapitel 1.1). Die Abschluss-Prüfung zum Studium, welche durch Verteidigung einer Abschlussarbeit in einem Kolloquium abgelegt wird, bildet hierbei den berufsqualifizierenden Abschluss des Studiums. Durch diese Prüfung wird festgestellt, ob die Studierenden die für den Übergang in die Berufspraxis notwendigen gründlichen Fachkenntnisse erworben haben, die fachlichen Zusammenhänge überblicken und die Fähigkeit besitzen, wissenschaftliche Methoden und Erkenntnisse anzuwenden.

Der Bachelor-Studiengang Kommunikationsdesign & Werbung (B.A.) soll gemäß den „Ländergemeinsame[n] Strukturvorgaben gemäß § 9 Abs. 2 HRG für die Akkreditierung von Bachelor- und Master-Studiengängen“ (Beschluss der Kultusministerkonferenz vom 10.10.2003 i.d.F. vom 04.02.2010) zur Abschlussbezeichnung „Bachelor of Arts (B.A.)“ führen.

Die gewählte Studiengangsbezeichnung begründet die Hochschule mit dem Qualifikationsprofil des Studienganges – Fach- oder Führungstätigkeit im Kommunikationsdesign- und Werbemarkt (vgl. Kapitel 1.1.) sowie mit dem oben dargestellten inhaltlichen Aufbau des Curriculums.

Bewertung:

Die Gutachter sind der Auffassung, dass im Wesentlichen alle Inhalte für die Erreichung der Zielsetzung vorhanden sind. Die Qualifikationen, wie sie im nationalen Qualifikationsrahmen definiert sind, werden mit diesem Studiengang vermittelt. Dies konnte auch anhand der Modulbeschreibungen und nach Durchsicht einer Auswahl von Prüfungsleistungen und Abschlussarbeiten nachvollzogen werden. Die Hochschule unterscheidet nicht zwischen Kernfächern und entsprechenden Spezialisierungen, sondern setzt auf gleichberechtigt nebeneinander stehende Kompetenzfelder. Diese Grundausbildung entspricht im Wesentlichen dem definierten Qualifikationsprofil. Wenn jedoch die inhaltliche Ausrichtung des Studienganges im Zusammenhang mit der Studiengangsbezeichnung „Kommunikationsdesign & Werbung“ betrachtet wird, kann nicht von einer absoluten Harmonie gesprochen werden. Dadurch mag die Studiengangsbezeichnung diskutabel sein, sie ist jedoch nicht evident falsch.

Darüber hinaus bleibt festzuhalten:

- Die Module sind auf Qualifikations- und Kompetenzentwicklung ausgerichtet und sinnvoll miteinander verknüpft.
- Der Nachweis von wissenschafts- und forschungsbasierter Lehre im Studiengang ist entsprechend dem gestuften Studiensystem und der Studienausrichtung erbracht.
- Die Abschlussbezeichnung entspricht der inhaltlichen Ausrichtung und den nationalen Vorgaben.
- Die Anforderungen der Prüfungen entsprechen dem Qualifikationsniveau. Die Prüfungen orientieren sich am Erreichen und Verifizieren von definierten Bildungszielen und sind wissens- und kompetenzorientiert ausgestaltet. Jedes Modul schließt mit einer das gesamte Modul umfassenden Prüfung ab.
- Die Abschlussarbeit ist auf die Studieninhalte abgestimmt. Die Anforderungen entsprechen dem Qualifikationsniveau.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
3.	Konzeption des Studienganges			
3.2	Inhalte	x		
3.2.1	Logik und konzeptionelle Geschlossenheit des Curriculums	x		
3.2.2	Begründung der Abschlussbezeichnung	x		
3.2.3	Begründung der Studiengangsbezeichnung	x		
3.2.4	Prüfungsleistungen und Abschlussarbeit	x		

3.3 Kompetenzerwerb für anwendungs- und / oder forschungsorientierte Aufgaben (sofern vorgesehen – nur bei Master-Studiengang)

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
3.	Konzeption des Studienganges			
3.3	Kompetenzerwerb für anwendungs- und / oder forschungsorientierte Aufgaben (sofern vorgesehen – nur bei Master-Studiengang)			x

3.4 Didaktisches Konzept

Die FHM legt nach eigenem Bekunden Wert darauf, ihren Studierenden ein Maximum an unterschiedlichen didaktischen Methoden anzubieten, um den unterschiedlichen Lernstilen und -typen der Studierenden Rechnung zu tragen und so optimale Lernmöglichkeiten zu schaffen.

Um die in den Modulen definierten Qualifikationen zu vermitteln, sollen daher Lehrmethoden wie Vorlesungen, Übungen, Seminare, Praktika, Projektarbeiten, synchrone Online-Veranstaltungen und Selbststudienanteile eingesetzt und miteinander kombiniert werden. Zudem verweist die Hochschule bei ihrem Wachstum auf die strategische Bedeutung der interaktiven Lehr- und Lernmethoden, da sie die Möglichkeit bieten, hochqualifizierte Führungskräfte bei relativ niedrigen Transaktionskosten in die Lehre einzubinden.

Die FHM stellt eine synchrone und eine asynchrone E-Learning-Plattform zur Verfügung. Das Selbststudium beruht auf Medien, die von den Dozenten überwiegend über die asyn-

chrone Lernplattform, den FHM-E-Campus TraiNex, zur Verfügung gestellt werden. Selbstlernmaterialien sind Lehrbriefe, Skripte, multimediale CD-ROMS, Web based Training Module, Simulationen, Rapid E-Learning Module, Videos, Hörbücher und andere Medien.

Die Präsenzseminare im virtuellen Klassenzimmer finden mit Hilfe einer synchronen Lernplattform statt. Die Teilnehmer dieser Veranstaltung hören den Vortrag des Dozenten und sehen die Präsentation. Sie können mit Mikrofon und Kopfhörer mit dem Dozenten diskutieren, Fragen in Gruppenarbeit lösen und ihre Erfahrungen mit den anderen Teilnehmern teilen. Insbesondere ist eine Einbindung aller im Internet verfügbaren Ressourcen im Rahmen des Shared Browsing möglich. Auf diesem Weg können zum Beispiel die verfügbaren Selbstlernmaterialien (etwa Web based Training Module oder Simulationen) in den Rahmen der synchronen E-Learning Plattform integriert werden und so als Lehrmittel hinzugezogen werden. Die unten stehende Tabelle gibt einen Überblick über die wichtigsten Funktionen, die an der FHM genutzt werden.

Den Studierenden werden entsprechend den einzelnen Lehrveranstaltungen verschiedene Materialien zur Verfügung gestellt. Dies können u. a. sein: Fallstudien, Good-Practice-Beispiele, Literatur, Skripte (zur Aufbereitung von Vorlesungen), Übungsaufgaben etc.. Im FHM-E-Campus TraiNex der Hochschule werden sämtliche Lehrveranstaltungsmaterialien in digitaler Form bereitgestellt. Die Asynchronität der Plattform gewährt den Studierenden einen standort- und zeitpunktunabhängigen Onlinezugriff.

Bewertung:

Die vorgesehene hohe Methodenvielfalt konnte anhand der Modulbeschreibungen und der Gespräche mit den Dozenten und den Studierenden nachgewiesen werden. Die Gutachter begrüßen zudem die Anwendung von vielfältigen, an den curricularen Vorgaben ausgerichteten Lehr- und Prüfmethode, die zu einer guten Kompetenzentwicklung der Studierenden führt. Der Verzicht auf Tutoren wird durch die kleinen Gruppengrößen und den Einsatz der Dozenten, die im Bedarfsfall die fachliche Betreuung übernehmen, kompensiert.

Die Lehr- und Lernmaterialien entsprechen in quantitativer und qualitativer Hinsicht dem zu fordernden Niveau, sind zeitgemäß und stehen den Studierenden zur Verfügung.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
3.	Konzeption des Studienganges			
3.4	Didaktisches Konzept	x		
3.4.1	Logik und Nachvollziehbarkeit des didaktischen Konzeptes	x		
3.4.2	Begleitende Lehrveranstaltungsmaterialien	x		

3.5 Berufsqualifizierende Kompetenzen

Der Studiengang qualifiziert für eine Fach- oder Führungstätigkeit in der Kommunikationsdesign- und Werbebranche. Hierbei sind sowohl Tätigkeiten in Agenturen und Medienproduktionsunternehmen als auch in Fernsehsendern, Marketingabteilungen, Werbe- und Kommunikationsabteilungen oder Verlag- und Medienunternehmen möglich.

Die Absolventen sollen die Chancen und Möglichkeiten medialer Kommunikation und dessen Gestaltung analysieren und erkennen können. Darauf basierend sollen sie technologisch-machbare sowie zugleich betriebswirtschaftlich-tragfähige Lösungen beurteilen, entwickeln und gestalten können. Der Studiengang qualifiziert die Studierenden für die gestalterischen, werbe- und betriebswirtschaftlichen und rechtlichen Bedarfe, die sich aus den zuvor geschilderten Bereichen in der Kommunikationsdesign- und Werbebranche ergeben. Die Studie-

renden werden, soweit möglich ganzheitlich, für die aktuellen und absehbaren Anforderungen qualifiziert, die sich aus den sich wandelnden Kommunikationsmärkten und der wandelnden Mediennutzung der Rezipienten ergeben. Die Berufsbefähigung der Studierenden wird darüber hinaus durch eine ausgeprägte Praxisphase von 24 Wochen, das sogenannte „Studium in der Praxis“ (SiP), Projektarbeiten und Case Studies gefördert.

Die ersten Absolventen des gegenständlichen Studienganges haben das Studium im Herbst 2011 abgeschlossen. Eine Verbleib-Studie wird erst nach Ablauf eines Jahres bei den Absolventen durchgeführt. Aus diesem Grund konnte an dieser Stelle noch nicht auf Ergebnisse zurückgegriffen werden. Die Hochschule hat die Ergebnisse der aktuellen Verbleibstudie 2011 vorgestellt, die andere FHM-Studiengänge betreffen, um zu belegen, dass FHM-Absolventen im Allgemeinen eine hohe Vermittlungsquote in den Beruf bzw. Anschlussmöglichkeiten mit einem Studium aufweisen und die Konzeption der FHM-Studiengänge in der Realität den Qualifikationszielen sowie den Anforderungen des Arbeitsumfeldes entsprechen.

Bewertung:

Eine erste Verbleibstudie lag zum Akkreditierungszeitpunkt noch nicht vor, so dass derzeit keine Belege zitiert werden können. Die Studiengangsleitungen berichteten jedoch in den Gesprächen vor Ort über die ihnen bekannten Berufseinstiege der Absolventen, die sich mit dem vorgesehenen Qualifikationsprofil decken. Die Gutachter zweifeln nicht daran, dass Absolventen dieses Studienganges gute Berufschancen haben.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
3.	Konzeption des Studienganges			
3.5	Berufsqualifizierende Kompetenzen		x	

4 Wissenschaftliches Umfeld und Rahmenbedingungen

4.1 Lehrpersonal des Studienganges

Für Professoren an Fachhochschulen bestehen die Einstellungsvoraussetzungen, die das Landeshochschulgesetz vorschreibt. Bis auf die Professoren, die über künstlerische Leistungen ausgewiesen sind, verfügen alle hauptberuflichen Professoren der FHM über eine qualifizierte Promotion und in der Regel über eine mehrjährige Führungstätigkeit in der Wirtschaft. Bei der Vergabe von Lehraufträgen orientiert sich die FHM nach eigenen Angaben immer an einer ausgewiesenen Expertise der externen Dozenten. Diese muss über einen qualifizierten Hochschulabschluss und ebenfalls eine herausragende Tätigkeit in Unternehmen, Institutionen o.ä. nachgewiesen werden. Im Rahmen der Berufungsverfahren wird die pädagogische Qualifikation des Lehrpersonals überprüft. Die studentische Lehrveranstaltungsbeurteilung dient zudem als ein regelmäßiges Verfahren zur Feststellung der pädagogischen Qualifikation der Lehrenden. Das Hochschuldidaktische Zentrum bietet regelmäßig Schulungen zur pädagogischen Weiterbildung für alle Lehrenden an.

Eine Lehrverflechtungsmatrix wurde vorgelegt, die die Mitwirkung der Dozenten in anderen Studiengängen berücksichtigt.

Die FHM legt nach eigenem Bekunden großen Wert auf eine qualitativ hochwertige und individuelle Betreuung aller Studierenden. Um diese zu gewährleisten, werden pro Studiengruppe nicht mehr als ca. 40 Studierende aufgenommen. Jeder Studiengruppe steht ein Studiengruppenbetreuer aus dem Kreis der Hochschullehrer und Lehrbeauftragten als kontinuierlicher Ansprechpartner zur Verfügung. Darüber hinaus stehen den Studierenden jederzeit auch die Dekane, die Mitarbeiter der Hochschulverwaltung sowie die Hochschulleitung zur

Verfügung. Für die fachliche Betreuung der Studierenden sind darüber hinaus alle im Studiengang Lehrenden verantwortlich. Alle Ansprechpartner sind für die Studierenden stets kurzfristig per Telefon, E-Mail oder TraiNex-Mail erreichbar.

Bewertung:

In den Gesprächen vor Ort und nach Durchsicht der Lebensläufe konnten sich die Gutachter davon überzeugen, dass der Studiengang in adäquater Weise durchgeführt wird. Aufgrund der vorgelegten Lehrverflechtungsmatrix konnte festgestellt werden, dass die personelle Ausstattung in quantitativer Hinsicht vorhanden ist und den landesrechtlichen Vorgaben entspricht. Maßnahmen zur Personalentwicklung und -qualifizierung finden statt.

Hinsichtlich der Betreuung durch das Lehrpersonal zeigten sich die Studierenden sehr zufrieden. Durch die kleinen Gruppengrößen ist eine funktionsgerechte Betreuung gewährleistet.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
4.	Wissenschaftliches Umfeld und Rahmenbedingungen			
4.1	Lehrpersonal des Studienganges	x		
4.1.1	Struktur und Anzahl des Lehrpersonals in Bezug auf die curricularen Anforderungen	x		
4.1.2	Betreuung der Studierenden durch das Lehrpersonal	x		

4.2 Studiengangsmanagement

Das Rektorat überprüft zusammen mit den Dekanen in angemessenen zeitlichen Abständen die im Leitbild der FHM niedergelegten Qualitätsziele, die sich auch auf den Studiengang beziehen.

Die Dekanate steuern das operative Studiengangsmanagement, wobei durch die Verwaltung die Zeit- und Ressourcenplanung trimesterweise vorgenommen wird. Jede Studiengruppe eines Studienganges hat einen Studiengruppenbetreuer. Die Evaluation des Studienbetriebes wird über die Dekane gesteuert. Der Studiengang hat einen wissenschaftlichen Studienleiter, in dessen Verantwortung die permanente Überprüfung der Ziele und Inhalte und die curriculare Weiterentwicklung des Studienganges liegen.

Die Studiengangsleitung koordiniert den gesamten Studien- und Prüfungsverlauf sowie die Dozenten in ihrem Einsatz. Sie wird unterstützt durch ein professionelles Administrationsteam.

Die FHM formuliert in ihrem Leitbild einen hohen Anspruch an Service und Dienstleistungsorientierung. Nachfolgend wird die Palette der Serviceleistungen dargestellt:

- Studienberatung und Studiensekretariat
- Kommunikationsplattform TraiNex
- Studiengruppenbetreuung
- Kompetenzzentrum
- Bibliothek – Mediothek
- Career-Service-Center (CSC)

- Existenzgründungszentrum
- FHM-Alumni e.V.

Die FHM legt nach eigener Darstellung großen Wert auf einen engen Kontakt zwischen den Lehrenden, den Studierenden und der Verwaltung. Der Materialfluss im Online-Studium, die Terminverwaltung und alle Formen der textbasierten Kommunikation erfolgen über die asynchrone E-Learning-Plattform „Trainex“.

Die Entgegennahme, Überwachung und Weiterleitung von Hausarbeiten, Studienarbeiten und Prüfungen wird über das Sekretariat gesteuert. Alle Materialien, die im Rahmen von Online-Seminaren entstanden sind, werden in der asynchronen Plattform abgelegt und stehen den Studierenden zur Dokumentation und zur weiteren Bearbeitung zur Verfügung.

Bewertung:

Die Studiengangsleitung stellt einen reibungslosen Verlauf des laufenden Studienbetriebs sicher und steht als Ansprechpartner für studiengangsrelevante Fragestellungen und Probleme zur Verfügung. Dies konnte auch anhand der Gespräche vor Ort nachvollzogen werden. Die Einsatzbereitschaft aller Beteiligten ist hierzu dienlich. Verwaltungsunterstützung für Studierende und Lehrende erfolgt auf der Hochschulebene durch die Servicebereiche. Die Mitarbeiter des Servicebereiches unterstützen das Lehrpersonal und nehmen Servicefunktionen für Studierende und Lehrende wahr. Die Studierenden fühlen sich gut betreut.

Maßnahmen zur Personalentwicklung und -qualifizierung sind – wie aus dem Gespräch mit den Verwaltungsmitarbeitern deutlich wurde - vorhanden.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
4.	Wissenschaftliches Umfeld und Rahmenbedingungen			
4.2	Studiengangsmanagement	x		
4.2.1	Studiengangsleitung und Studienorganisation	x		
4.2.2	Verwaltungsunterstützung für Studierende und das Lehrpersonal	x		

4.3 Kooperationen und Partnerschaften

Die FHM Bielefeld hat nach eigenen Angaben ein hohes Interesse an der Kooperation mit anderen Hochschulen und baut diese Kontakte systematisch aus. Ziel ist die Forcierung des wissenschaftlichen Diskurses mit Professoren und wissenschaftlichen Mitarbeitern anderer Hochschulen, um die Forschung auf dem Gebiet der Medienwirtschaft zu intensivieren. Die Ergebnisse dieser Kooperationen fließen in Form von Expertenvorträgen, Veröffentlichungen, Skripten und Tagungen direkt in die Lehre im Studiengang ein.

Folgende Kooperationen sind im Rahmen von Gastvorlesungen, Exkursionen und studentischen Projekten zu anderen Hochschulen z. Zt. in der Planungsphase:

- Fachhochschule Hannover, Fachbereich Medien; Inhalte sind Themen der Web Usability und des User-Centered Design im Rahmen von Vorlesungen und studentischen Projekten.
- Hochschule Ostwestfalen-Lippe, Fachbereich Medienproduktion, Audiovisuelle Mediengestaltung. Zusammenarbeit auf dem Gebiet Gestaltung von AV-Medien.

Die FHM setzt seit Jahren auf einen aktiven Austausch mit Kooperationspartnern und hat hierzu gezielt eine Stelle für Unternehmenskooperationen geschaffen. Zum Kooperationsnetzwerk der FHM gehören zurzeit 1.468 Unternehmen und Organisationen, die durch Mas-

ter- und Bachelor-Arbeiten, wissenschaftliche Projekte, Experten- und Ringvorlesungen, Tagungen, Veröffentlichungen und durch vielfältige persönliche Gespräche an der Entwicklung und Weiterentwicklung von Studienangeboten der FHM mitwirken. Insofern kann von einer intensiven Theorie-Praxis-Verzahnung und einer hohen Praxisorientierung der angebotenen Studiengänge ausgegangen werden. Hinzu kommen seit Jahren bestehende Kooperationsbeziehungen, z.B. zu folgenden Organisationen und Unternehmen:

- Marketing-Club Bielefeld e.V.
- Industrie- und Handelsclub IHC Bielefeld
- BikoNet Bielefeld
- Arbeitsgemeinschaft Selbständiger Unternehmer (ASU)
- Handwerkskammer Ostwestfalen-Lippe zu Bielefeld und Kreishandwerkerschaften
- IHK Ostwestfalen zu Bielefeld und IHK Lippe zu Detmold
- politische und wirtschaftliche Gremien der Stadt Bielefeld, der Stadt Gütersloh und der Kreise Herford und Lippe
- Bielefeld Marketing, Ostwestfalen-Lippe Marketing
- Wirtschaftsjuvenoren Ostwestfalen-Lippe
- Bund deutscher Pressesprecher.

Unternehmen der Region: Neue Westfälische, WDR, Graphic Group, Dr. Oetker KG, Auto Weller, mo-bil, Dr. Kurt Wolff, Stroer Deutsche Städte Medien, Carolinen Brunnen, Brax Leineweber, Sparkasse Bielefeld, Volksbanken, E.on, TNS Emnid, ek Servicegroup etc..
 Medienunternehmen regional, überregional und deutschlandweit: Neue Westfälische, WDR, Bertelsmann, SAT 1, Medienfabrik, N24, Bauer Verlagsgruppe, Axel Springer, STRÖER Deutsche Städte Medien, Porsche, Audi, etc. Grimme Institut etc..

Bewertung:

Andere Hochschulen sowie Wirtschaftsunternehmen werden mit der Durchführung von Teilen des Studienganges nicht beauftragt oder beteiligt, so dass das Qualitätskriterium nicht relevant ist. Mit Blick auf die Beteiligung der Unternehmen an Projekt- und Abschlussarbeiten wurde nachgewiesen, dass die Verantwortung bei der Hochschule liegt.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
4.	Wissenschaftliches Umfeld und Rahmenbedingungen			
4.3	Kooperationen und Partnerschaften			X
4.3.1	Kooperationen mit Hochschulen und anderen wissenschaftlichen Einrichtungen bzw. Netzwerken			X
4.3.2	Kooperationen mit Wirtschaftsunternehmen und anderen Organisationen			X

4.4 Sachausstattung

Die FHM verfügt am Standort Bielefeld aktuell über Räumlichkeiten von insgesamt rund 2.362 m². Diese umfassen 27 Seminarräume, Bistro mit Internet, div. Internetarbeitsplätze und Sitzplätze im Verkehrsbereich, 24 Arbeitsräume für Mitarbeiter, 1 Dozentenarbeitsraum, 4 Mitarbeiterküchen, 1 Studierendenküche und 1 Behinderten-WC. Alle Räume sind zudem barrierefrei zu erreichen.

In Bezug auf die Media- und IT-Ausstattung verweist die Hochschule darauf, dass sie über eine 20 MBit Standleitung und eine 16 MBit ADSL-Leitung verfügt und zudem in der gesamten Hochschule WLAN-Zugang zum Internet möglich ist. Alle Seminarräume sind mit Beamer, Whiteboard, Flipchart, Stellwänden, Stehpult und bei Bedarf mit EDV ausgestattet.

Die EDV-Räume verfügen über moderne Rechner. Im Hauptraum befinden sich 40 Standrechner mit Windows 7 als Betriebssystem, Office 2007, Creative Suite 4 Design Premium von Adobe und weitere Software, z.B. für Planspiele im Bereich Marketing sowie Software für Auswertungen von Marktforschung. Die Software ermöglicht die Realisierung komplexer Medienprojekte durch die Studierenden. Laserdrucker können von jedem PC aus angesteuert werden. Ein weiterer Raum ist mit 10 Standrechnern bestückt. Unter Windows XP läuft hier Office 2007 und Creative Suite 3 Design Premium von Adobe. Zusätzlich verfügt die FHM über 20 Notebooks mit Windows Vista und Office 2007. Die Unterbringung in einem mobilen Notebookschrank ermöglicht den Einsatz in allen Unterrichtsräumen.

Für den Gestaltungsbereich wurde 2008 ein EDV-Seminarraum mit fünfzehn Apple iMac-Rechnern eingerichtet. Auf jedem Gerät befindet sich die Creative Suite 3 Design Premium von Adobe und Microsoft Office 2008 für MAC OS-X. Den Studierenden stehen 2 DIN A4-Drucker, 2 DIN A3-Drucker, einmal Laser und einmal Tinte und ein Farblaserdrucker im Format DIN A2 plus zur Verfügung. Dieser Seminarraum wurde so gestaltet, dass er auch für den normalen Unterricht genutzt werden kann. Er ist außerhalb seiner Belegungszeiten frei verfügbar.

Die Schnitt- und Medienausstattung wurde 2010 komplett erneuert. Mit dem neu geschaffenen Media.Campus verfügt die FHM nun über ein Hörfunk-Studio, ein Bluebox-TV-Studio für TV-Aufnahmen und einen News-Room für die Erstellung von Print- und Multimediaprodukten. Es stehen drei Apple Mac Pro Workstations mit je 6 GB Arbeitsspeicher zur Verfügung. Als Schnittsoftware wird die Creative Suite 4 Production Premium von Adobe benutzt. Zusätzlich befindet sich noch Microsoft Office 2008 für MAC OS-X auf den Rechnern. Im News-Room stehen weitere fünf iMacs und fünf Windows-Workstations mit Adobe Creative Suite 5 Production zur Verfügung. Weitere neun Standrechner stehen im Vorraum des Media-Campus für Recherchen und Textarbeiten. Für Aufnahmen stehen den Studierenden 5 Canon HV 40 HD-Kameras sowie 8 digitale Audiorecorder Zoom H4 und 7 Spiegelreflexkameras Nikon D 40, D 60 und D 70 zur Verfügung. Für größere Schnittprojekte besteht weiterhin eine Kooperation mit dem Filmhaus Bielefeld.

Der Gesamtbestand der Bibliothek der FHM umfasst derzeit 6.881 Medieneinheiten an den Standorten Bielefeld, Köln, Hannover und Pulheim. Die Bibliotheken der FHM befinden sich permanent im Aufbau und beinhalten einen medialen Grundbestand der zu unterrichtenden Module. Für alle Studierenden besteht des Weiteren die Möglichkeit an allen Bibliotheks-Standorten der FHM Medien auszuleihen. Die Bibliothek hält alle Literatur vor, die von den Lehrenden im Rahmen der Modulhandbücher für die jeweiligen Module und Veranstaltungen angegeben sind. Durch die Einbindung der Bibliotheken der Universität Bielefeld und Köln, der FH Bielefeld sowie der Universitäts- und Stadtbibliothek Hannover, Köln und Pulheim können die Studierenden darüber hinaus auf umfassende Literatur zugreifen. Studierende haben die Möglichkeit, Neuanschaffungen für die Bibliothek vorzuschlagen, die in den meisten Fällen angeschafft werden. Die Bibliothek der FHM verfügt über ein computergestütztes Ausleihsystem. In den Beständen der FHM kann onlinegestützt orts- und zeitunabhängig recherchiert werden.

Die Bibliothek der FHM (Standort Bielefeld) ist von Montag bis Freitag von 8:30 bis 17:30 Uhr geöffnet. Bei Bedarf werden die Öffnungszeiten verlängert. Bei Projekten ist die Bibliothek darüber hinaus auch am Wochenende nutzbar. Zusätzlich kann von den Studierenden die Bibliothek der Universität Bielefeld genutzt werden. Alle Studiengruppen erhalten eine Einführungsveranstaltung sowohl in die FHM-Bibliothek als auch in die der Universität.

Bewertung:

Quantität und Qualität der Räumlichkeiten sind ausreichend und entsprechen im Wesentlichen den Anforderungen für diesen Studiengang. Die IKT-Ausstattung ermöglicht an Einzelarbeitsplätzen und während des Unterrichts auf allen Plätzen die Nutzung von Laptops und des Internets mit Zugang über kostenfreies Wireless LAN.

Hinsichtlich der Präsenzbibliothek führen die Gutachter aus, dass dessen Bestand relativ bescheiden ist. Dadurch, dass die Studierenden auch die Bestände der Universitätsbibliothek Bielefeld nutzen können, ist der Zugang zur relevanten Literatur jedoch ausreichend sichergestellt. Die Öffnungszeiten der Bibliothek sind nach Ansicht der Gutachter sehr eingeschränkt. Die Studierenden sehen darin jedoch keine Nachteile.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
4.	Wissenschaftliches Umfeld und Rahmenbedingungen			
4.4	Sachausstattung	x		
4.4.1	Quantität, Qualität der Unterrichtsräume	x		
4.4.2	Zugangsmöglichkeit zur erforderlichen Literatur	x		

4.5 Finanzplanung und Finanzierung des Studienganges

Die FHM befindet sich seit ihrer Gründung im Jahr 2000 bis heute in wirtschaftlich stabilen Verhältnissen. Auch seit 2001 bis heute ist das jährliche wirtschaftliche Ergebnis der FHM positiv. Aufgrund des Wachstums der FHM haben die Gesellschafter die Bankbürgschaft zur finanziellen Absicherung des Studienbetriebs der FHM am 22. Oktober 2010 auf 1,6 Mio. Euro erhöht. Das Studium wird durch Studiengebühren finanziert.

Bewertung:

Eine kurzfristige Finanzplanung für den Studiengang wurde vorgelegt. Vor diesem Hintergrund erscheint die Finanzplanung logisch und nachvollziehbar, weshalb sich die Gutachter dem Prüfungsergebnis des Wissenschaftsrates anschließen. Darüber hinaus wurde eine Bürgschaft beim Land NRW hinterlegt, die sichert, dass die Studierenden ihren Studiengang immer zu Ende führen können. Somit ist die Finanzierungssicherheit für den aktuellen Studienzyklus sowie den gesamten Akkreditierungszeitraum gesichert.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
4.	Wissenschaftliches Umfeld und Rahmenbedingungen			
4.5	Finanzplanung und Finanzierung des Studienganges	x		

5 Qualitätssicherung

Die Hochschule hat sich im Hinblick auf Studium und Lehre die folgenden Qualitätsziele gesetzt:

- Berufsbefähigung/Employability der Studierenden
- Sicherstellung einer fachlich und didaktisch hochwertigen Lehre
- Gewährleistung einer hochwertigen Betreuung der Studierenden (beim Übergang von der Schule in das Studium, während des Studiums, beim Übergang vom Studium in den Beruf oder in ein weiterführendes Studium)

- Sicherstellung der Studierbarkeit des Studiums
- Hohe Zufriedenheit der Studierenden mit den Angeboten der FHM und Bindung der Studierenden an die FHM

Die Erreichung der genannten Qualitätsziele wird nach eigenen Angaben hochschulweit mit einheitlichen kommunikativen und evaluativen Verfahren und Instrumenten überprüft. Die Evaluation soll der Qualitätssicherung und -entwicklung sowie der internen und externen Rechenschaftslegung dienen und liefert einen Beitrag zur langfristigen strategischen Entwicklungsplanung der Hochschule. Hierzu hat die Hochschule eine Evaluationsordnung für Studium und Lehre erlassen. In der Regel kommen folgende Verfahren zum Einsatz:

- Studieneingangsbefragungen (für alle neuen Studiengruppen),
- Studiengruppensitzungen (für alle Präsenzstudiengänge),
- Studiengruppensprechersitzungen (fachbereichsbezogen für Präsenzstudiengänge),
- studentische Lehrveranstaltungsbewertungen (trimesterweise),
- Befragungen zur studentischen Arbeitsbelastung (trimesterweise),
- Befragungen zum Verbleib der Absolventen nach Studienabschluss (für alle Studiengruppen),
- Befragungen der Studierenden zur Bewertung der Studienbedingungen (z.B. Betreuung und Beratung, Studien- und Prüfungsorganisation etc.) und
- weitere Befragungen (anlassbezogen).

Über die Durchführung von anlassbezogenen Befragungen entscheidet das Rektorat oder der Dekan des jeweiligen Fachbereichs.

Für die Überprüfung der Erreichung der o.g. Qualitätsziele wird nach eigenen Angaben neben den o.g. Verfahren und Instrumenten ein quantitatives Monitoring der hochschulstatistischen Kennzahlen und Daten wie z.B. Abbrecherquote, Erfolgsquote, durchschnittliche Studiendauer oder durchschnittliche Abschlussnote durchgeführt. Für die Ableitung von Maßnahmen zur Qualitätsentwicklung aus Evaluationsergebnissen und hochschulstatistischen Kennzahlen und deren Umsetzung ist dabei das Rektorat oder der Dekan des entsprechenden Fachbereichs verantwortlich.

Die Ergebnisse der genannten Verfahren und Instrumente sollen ab 2010 jährlich in einem Profilbericht dargestellt werden, um mittelfristig einen Qualitätsregelkreis zu installieren. Die Profilberichte stellen in Zukunft nach Hochschulangaben ein wesentliches Instrument der Studiengangsentwicklung dar. In ihnen wird über die Daten des Studienganges reflektiert, und sie berücksichtigen die Qualitätsziele der Hochschule.

Das Rektorat und die Dekane werden bei der Evaluation insbesondere durch den Bereich Programm- und Qualitätsentwicklung unterstützt. Der Bereich Programm- und Qualitätsentwicklung ist in Zusammenarbeit mit dem Rektorat und den Dekanen u.a. zuständig für die Ressourcen schonende Implementierung und Weiterentwicklung der Evaluationsverfahren an der FHM, die Konzeption, Durchführung und Auswertung von Befragungen, die Steuerung der Teilnahme der Hochschule an Rankingverfahren und Einbeziehung der Daten aus Ranking-Verfahren in die Bewertung der internen Evaluationsergebnisse, die Unterstützung der Fachbereiche im Prozess der Umsetzung von Evaluationsergebnissen in Maßnahmenpläne und Entwicklungskonzepte und die Unterstützung der Fachbereiche bei der Erstellung eines Profilberichtes zur Dokumentation der Evaluationsaktivitäten, -ergebnisse und abgeleiteter Maßnahmen.

Informationen zum Studiengang sind für Interessenten und Studierende des Studienganges in vielfältiger Form erhältlich. Der Studiengang ist für die Studierenden in Informationsbroschüren detailliert dargelegt. Diese sind sowohl in der Hochschule als auch postalisch erhältlich. Außerdem stehen sie im Internet zur Ansicht oder zum Download bereit (www.fhm-mittelstand.de).

Bewertung:

Es besteht ein Qualitätssicherungs- und -entwicklungsverfahren, das systematisch für eine kontinuierliche Überwachung und Weiterentwicklung der Qualität in Bezug auf Inhalte, Prozesse und Ergebnisse genutzt wird. Die Verantwortlichkeiten sind klar definiert. Die Gutachter begrüßen, dass die Evaluation durch die Studierenden ein tragendes Element der Qualitätssicherung ist, die Ergebnisse kommuniziert werden und Eingang in den Prozess der Qualitätsentwicklung finden.

Die Dokumentation des Studienganges ist transparent. Alle Interessenten wissen, welche Inhalte und welcher Aufwand zu bewältigen sind, bevor sie mit dem Studiengang beginnen. Die Anforderungen hinsichtlich Studiengang, Studienverlauf und Prüfungen sind durch geeignete Dokumentation und Veröffentlichung bekannt. Die Studierenden werden durch fachliche und überfachliche Beratung unterstützt.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
5.	Qualitätssicherung			
5.1	Qualitätssicherung und Weiterentwicklung	x		
5.2	Transparenz und Dokumentation	x		

Qualitätsprofil

Hochschule: Fachhochschule des Mittelstandes Bielefeld

Bachelor-Studiengang: Kommunikationsdesign & Werbung

Beurteilungskriterien

Bewertungsstufen

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
1.	Ziele und Strategie			
1.1.	Logik und Nachvollziehbarkeit der Zielsetzung des Studiengangskonzeptes	x		
1.2	Studiengangprofil (nur relevant für Master-Studiengang)			x
1.3	Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit	x		
2.	Zulassung (Zulassungsprozess und -verfahren)			
2.1	Zulassungsbedingungen	x		
2.2	Auswahlverfahren	x		
2.3	Berufserfahrung (relevant für weiterbildenden Master-Studiengang)			x
2.4	Gewährleistung der Fremdsprachenkompetenz	x		
2.5	Transparenz der Zulassungsentscheidung	x		
3.	Konzeption des Studienganges			
3.1	Umsetzung	x		
3.1.1	Struktureller Aufbau des Studienganges (Kernfächer / ggf. Spezialisierungen (Wahlpflichtfächer) / weitere Wahlmöglichkeiten / Praxiselemente)	x		
3.1.2	Berücksichtigung des „European Credit Transfer and Accumulation Systeme (ECTS)“ und der Modularisierung	x		
3.1.3	Studien- und Prüfungsordnung		x	
3.1.4	Studierbarkeit	x		
3.2	Inhalte	x		
3.2.1	Logik und konzeptionelle Geschlossenheit des Curriculums	x		
3.2.2	Begründung der Abschlussbezeichnung	x		
3.2.3	Begründung der Studiengangsbezeichnung	x		
3.2.4	Prüfungsleistungen und Abschlussarbeit	x		
3.3	Kompetenzerwerb für anwendungs- und/oder forschungsorientierte Aufgaben (sofern vorgesehen - nur bei Master-Studiengang)			x

3.4	Didaktisches Konzept	x		
3.4.1	Logik und Nachvollziehbarkeit des didaktischen Konzeptes	x		
3.4.4	Begleitende Lehrveranstaltungsmaterialien	x		
3.5	Berufsbefähigung	x		
4.	Ressourcen und Dienstleistungen			
4.1	Lehrpersonal des Studienganges	x		
4.1.1	Struktur und Anzahl des Lehrpersonals in Bezug auf die curricularen Anforderungen	x		
4.1.2	Betreuung der Studierenden durch Lehrpersonal	x		
4.2	Studiengangsmanagement	x		
4.2.1	Studiengangsleitung und Studienorganisation	x		
4.2.2	Verwaltungsunterstützung für Studierende und das Lehrpersonal	x		
4.3	Kooperationen und Partnerschaften			x
4.3.1	Kooperationen mit Hochschulen und anderen wissenschaftlichen Einrichtungen bzw. Netzwerken (falls relevant)			x
4.3.2	Kooperationen mit Wirtschaftsunternehmen und anderen Organisationen			x
4.4	Sachausstattung	x		
4.4.1	Quantität, Qualität der Unterrichtsräume	x		
4.4.2	Zugangsmöglichkeit zur erforderlichen Literatur	x		
4.5	Finanzplanung und Finanzierung des Studienganges	x		
5.	Qualitätssicherung			
5.1	Qualitätssicherung und Weiterentwicklung	x		
5.2	Transparenz und Dokumentation	x		